

Inhalt

Kick-off	
Sieben Botschaften / LAG Familienbildung NRW.....	S. 3
Zwei Anmerkungen / Mechtild Appelhoff, Landesanstalt für Medien NRW.....	S. 5
To do /	
(1) STUDY ANYWHERE – EINSATZ DIGITALER MEDIEN IN FAMILIENBILDUNGSANGEBOTEN	S. 7
A Top Five in 16 Zeilen	S. 8
B Infothek: Links, Infos, Input, zu Blended Learning	S. 9
C Themenspeicher #familie: Ideen, Piloten, Leuchttürme.....	S. 18
D Impuls: Digitale Potentiale / Prof. Dr. Gudrun Marci-Boehncke, TU Dortmund	S. 23
E Know-How: Digital lernen.....	S. 27
(2) UNDER CONSTRUCTION – DAS MEDIENKONZEPT	S. 30
A Top Five in 60 Sekunden	S. 31
B Infothek: Links, Infos, Input zum Medienkonzept.....	S. 33
C Themenspeicher #familie: Ideen, Piloten, Leuchttürme	S. 37
D Impuls: Medienkompetenz / Mechtild Appelhoff, LfM NRW	S. 43
E Know-How: Präferenzen der Zielgruppe und Medienkompetenz	S. 47
(3) KEEP IN TOUCH – DIGITALES MARKETING	S. 50
A Top Five in 345 Worten	S. 51
B Infothek: Links, Infos, Input zu Marketing und Kommunikation.....	S. 53
C Themenspeicher #familie: Ideen, Piloten, Leuchttürme.....	S. 63
D Impuls: „Rausgehen und Verkündiger werden!“ / Jona Hölderle, pluralog, Berlin.....	S. 66
E Know-How: Marketing	S. 67
(4) LEARN TO PLAY – MEDIENPÄDAGOGIK	S. 68
A Top Five in 5 Botschaften	S. 69
B Infothek: Links, Infos, Input zur Medienpädagogik.....	S. 71
C Themenspeicher #familie: Ideen, Piloten, Leuchttürme.....	S. 81
D Impuls 1 / Medienerziehung in der Familie / Gisela Schubert.....	S. 85
Impuls 2 / Zwischen viel und zuviel – Wie aus Begeisterung Sucht wird / Matthias Brand	S. 91
E Know-How: Medienpädagogik	S. 95
(5) Service / Impressum.....	S. 99

SIEBEN BOTSCHAFTEN / LAG Familienbildung NRW

Zielgruppe der Familienbildung sind insbesondere Eltern mit ihren Kindern. In der Familie werden Weichen für eine verantwortungsvolle Mediennutzung gestellt. Unser Bildungsauftrag ist es, Eltern Unterstützung zu geben und zuverlässig Bildungsprozesse zu begleiten.

Medienkompetenz ist eine Schlüsselkompetenz sowohl für Eltern als auch für Mitarbeitende in der Familienbildung. Digitale Medien beschleunigen gesellschaftlichen Wandel auf rasante Art und Weise, verändern unser Kommunikationsverhalten, unsere Erreichbarkeit und das Familienleben. Familienbildungseinrichtungen passen sich mit ihrem öffentlichen Auftreten und Angeboten geänderten Zeitstrukturen und Kommunikationsgewohnheiten von Familien an. Familienbildnerinnen und Familienbildner sind gefordert, eine Haltung zur Nutzung digitaler Medien zu entwickeln und kompetente und geschätzte Ansprechpartner auch in Bezug auf die Nutzung digitaler Medien zu sein.

Medienkompetenz ist ein Querschnittsthema, das auf vielfältige Art und Weise in den Gesprächen bei der täglichen Arbeit mit Eltern angesprochen wird. Welche Haltungen und Informationen helfen Eltern dabei, ihren persönlichen Umgang mit digitalen Medien zu reflektieren und mit der Familie gemeinsam abzustimmen?

Mitarbeitende in der Familienbildung müssen wissen, wie Eltern kommunizieren, wie sie ansprechbar sind und was sie interessiert. Es ist ihre Aufgabe, mit Familien in Kontakt zu kommen und gemeinsam Bildungsprozesse zu gestalten.

Familienbildung geht Fragen nach, wie digitale Medien für Bildungsprozesse sinnvoll genutzt werden können: Sind digitale Formate auch für den Einsatz in den Angeboten der Familienbildung geeignet, z. B. als Lernmaterial? Und darüber hinaus: Gibt es Formate, die sich für einen nachhaltigen Austausch mit Eltern oder für die Weiterqualifizierung der Kursleitenden eignen?

Digitalisierung wirkt sich insgesamt auf Familien aus. Nicht nur Medien, sondern auch Haushaltsführung, Arbeitswelt und die Nutzung des Öffentlichen Bereichs verändern sich. Familien müssen sich in dieser sich zunehmend verändernden Umwelt zurechtfinden und teilhaben können.

Familienbildung macht sich dafür stark, dass die Belange von Familien in diesen Änderungsprozessen berücksichtigt und mitgedacht werden.

ZWEI ANMERKUNGEN von Mechthild Appelhoff / Landesanstalt für Medien NRW / Kooperationspartnerin der Landesarbeitsgemeinschaften der Familienbildung NRW

Für Kinder und Eltern ist das Internet, insbesondere über Smartphones genutzt, allgegenwärtig. Es ist mit allen Lebensbereichen, mit Hobby, Freunden und Freizeit, mit Schule und Beruf eng verknüpft. Aus der Organisation des Familienalltags ist es nicht mehr wegzudenken. Dies bedeutet zugleich, dass der Medienerziehung in der Familie eine wachsende Bedeutung zukommt. Den erzieherischen Alltag bestimmen Fragen wie „Wie können Kinder in einer zunehmend digitalisierten Welt zu selbstbestimmten Mediennutzern heranwachsen?“, „Wie können Kinder sich vor Gefahrenpotentialen, die von Medien ausgehen können, schützen?“, „Wie bestimmt das Medienverhalten der Eltern (Stichwort: Vorbildverhalten) die Mediennutzung ihrer Kinder?“, „Wie ist der Einfluss von Medien auf das Alltagsleben in der Familie durch diese sinnvoll zu regeln?“.

Für Eltern ist die Medienerziehung ihrer Kinder eine Herausforderung. Sie nehmen diese Aufgabe an, doch suchen sie zugleich nach Informationen und Unterstützung durch Beratung vor Ort. Eine Pädagogik, die an der Lebensrealität von Familien ansetzt, darf deshalb diese Bedarfe nicht ausklammern. Auch Familienbildungsstätten müssen sich dieser Aufgabe stellen. Dies gilt umso mehr, als es gerade ihnen gelingt, Familien in ihrer großen Heterogenität mit ihren unterschiedlichen Angeboten zu erreichen. So haben allein 2015 in Nordrhein-Westfalen 741.000 Erwachsene mit 182.000 Kindern aus eigener Initiative die erzieherischen Beratungsleistungen der verschiedenen Familienbildungsstätten wahrgenommen. Das ist eine deutliche Bestätigung für die Qualität ihrer Arbeit. Zugleich verdeutlicht diese Reichweite, dass die Familienbildungsstätten durch die Integration der Vermittlung von Medien(erziehungs)kompetenzen in vorhandene Kursangebote wesentlich dazu beitragen könnten, dass möglichst viele Kinder und Jugendliche, unabhängig von ihrem sozialen Status oder ihrer Herkunft, die Möglichkeit erhalten, eine umfassende Medienkompetenz zu erwerben: ein unverzichtbarer Beitrag zur Chancengleichheit.



MECHTHILD APPELHOFF / LFM

Die Umsetzung dieser Aufgabe in der alltäglichen pädagogischen Praxis ist sicherlich eine große Herausforderung. Doch können Familienbildungsstätten mit Blick auf die Umsetzung dieser Aufgabe auf ihr großes pädagogisches Fachwissen im Kontext von Familie und Erziehung zurückgreifen. Es gilt, diese Kernkompetenzen mit dem notwendigen Know-how über Medienerziehung sinnvoll zu verknüpfen. Die Art und Weise, in der diese Einbindung von Aktivitäten der Medienerziehung in die eigene Einrichtung erfolgt, ist variabel. Es können die weit ausgreifenden, es können jedoch auch kleine Schritte sein. Wichtig ist, dass man sich auf den Weg macht. Die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) möchte die Familienbildungsstätten gerne auf diesen Weg begleiten und sie unterstützen. Insofern freuen wir uns auf die Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe Medien der Familienbildungsstätten. Darüber hinaus stellen wir gerne Informationsmaterialien für verschiedene Zielgruppen und Themen, insbesondere über die Projekte Internet ABC und klicksafe zur Verfügung, die bei der LfM kostenfrei bezogen werden können. Das „Medienkompetenzportal NRW“ stellt Hintergrundinformationen, eine Übersicht über relevante Akteure und Ansprechpartnerinnen und deren Angebote bereit. Im „Medienpädagogischen Atlas“ können Projektbeispiele, potentielle Partner und Netzwerke vor Ort gefunden werden.

Medienkompetenzförderung in den pädagogischen Praxisalltag zu integrieren, ist nicht nur eine Herausforderung. Sie kann auch viel Spaß machen, insbesondere dann, wenn man sich mit den Kindern, Jugendlichen und Eltern meinsam auf den Weg macht und bereit ist, auch voneinander zu lernen.

1_Study anywhere - digitale Medien nutzen

- A TOP FIVE in 16 Zeilen
- B INFOTHEK: Links; Infos; Input zu Blended learning
- C THEMENSPEICHER #familie: Ideen; Piloten; Leuchttürme
- D IMPULS Digitale Potentiale / Prof. Dr. Gudrun Marci-Boehncke / TU Dortmund
- E KNOW-HOW Digital lernen



A TOP FIVE in 16 Zeilen

(1)

Die Möglichkeiten kennen lernen. Die ersten Schritte zum Beispiel im Blended Learning macht man am besten selbst. Nutzen Sie die MOOC-Plattformen für ein Thema Ihrer Wahl und erkunden Sie, was überzeugend ist und was Sie gern anders / besser machen würden.

(2)

Mit dem Team gehen. Gemeinsam Haltungen klären und überlegen: Welche Themen eignen sich digital? Welche Zielgruppen stehen im Fokus? Was ist das Ziel? Machen Sie sich gemeinsam mit den digitalen Lernformaten vertraut und lassen Sie sich inspirieren.

(3)

Die Hardware prüfen. Technische Voraussetzungen in der eigenen Einrichtung oder solche, die über den Server des Dachverbandes laufen können, kennen die Administratoren in Ihrer Organisation.

(4)

Zeit und Ressourcen einplanen. Die Online-Ansprache folgt eigenen Regeln. Kursinhalte, die teils oder ganz online angeboten werden sollen, brauchen einen anderen Aufbau und andere didaktische Formen. Die Zeit von der Idee bis zum ersten eigenen Webinar kann beim ersten Mal bis zu einem Jahr in Anspruch nehmen.

(5)

Mit einem Pilotprojekt starten. Ein kleines Angebot mit einem überschaubaren Zeit- und Themenradius ist für den Anfang genau richtig und bietet ausreichend Übungsfläche für die Erprobung. Vertrauen Sie auf den Nebeneffekt: In der Praxis kommen wie von selbst weitere Ideen für die digitale Familienbildung.



B INFOTHEK

(LINKS; INFOS; INPUT ZU BLENDED LEARNING)

Digitale Formen des Lernens, die auch im Bildungskontext Familienbildung infrage kommen und erprobt werden:

1. MOOCs / Massive Open Online Courses
2. Webinare / Seminare im Netz
3. OER / Open Educational Resources
4. Blended Learning / Präsenzzeiten und E-Learning kombiniert
5. Flipped Classroom / „umgedrehtes Klassenzimmer“

1 MOOCs = Massive Open Online Courses

Massive Open Online Courses, kurz: MOOC, sind spezielle Onlinekurse. In MOOCs werden verschiedene Möglichkeiten und Formen der Wissensvermittlung kombiniert. Zur Vor- oder Nachbereitung von Stoff werden Videos, Texte oder Aufgaben online zur Verfügung gestellt, oft erweitert um Foren, in denen Lehrende und Lernende direkt kommunizieren und eine Lerngemeinschaft bilden können. Die Teilnehmerzahl ist theoretisch unbegrenzt.

Man unterscheidet xMOOCs (meist in der Form der videoaufgezeichneten Vorlesung mit Prüfung) und cMOOCs (oft als Seminar oder Workshop konzipiert).

- **Know how!** Wie ein MOOC erstellt wird:
<http://howtomoooc.org/>
- **Vertiefen?** Hintergrunddossier zu den MOOCs beim Deutschen Bildungsserver:
www.bildungsserver.de/Offene-Online-Kurse.-Massive-open-online-courses-Moocs-10576.html
- **Eine Definition:** Wikipedia: Massive Open Online Course,
de.wikipedia.org/wiki/MOOC#Anbieter_und_Plattformen_von_xMOOCs

MOOC-Typen / cMOOCs

Hier werden, entsprechend der Unterrichtsplanung, im Rahmen einer Zeitschiene als Impuls einige Online-Texte oder Videos angeboten. Die Teilnehmer entscheiden, ob und in welcher Weise sie sich einbringen. Sie können z.B. Materialien, Blogbeiträge, Tweets, Videos oder Audios selbst erstellen und wieder dem Kurs zur Verfügung stellen. In der virtuellen Gruppe / im Forum werden diese Beiträge dann kommentiert, diskutiert oder erweitert. Das Ziel ist somit – neben dem eigentlichen Oberthema des Kurses – die Vernetzung der Lerngemeinschaft.

→ c – steht für (englisch) connectivism.

MOOC-Typen / xMOOCs

x – steht für (englisch) extension. Gemeint ist eine Erweiterung der MOOCs, die zunächst universitäre Vorlesungen waren, die man als Online-Lernmaterial zur Nachbereitung zur Verfügung gestellt hat. Das einfache Vorlesungsmodell wird heute erweitert um Selbstlernelemente wie Videos oder Testfragen, die zur Nachbereitung bearbeitet werden. Zusätzliche Texte oder schriftliche Hausarbeiten können ebenso Erweiterungen darstellen, wie begleitende Online-Foren zum Austausch der Lernenden untereinander.

Struktur – ein BEISPIEL wie ein MOOC aussehen könnte

- wöchentliche Einheiten (6x)
- ca. 10 Minuten Video-Einführung
- Multiple Choice Tests
- Hausaufgaben am Ende der Kurswoche werden einmal eingereicht
 - Musterlösung wird veröffentlicht
 - Punktezahl wird registriert
- Hausaufgaben entscheiden über Zulassung zur Abschlussklausur
- Abschlussklausur 120 min, automatische Auswertung, Zertifikat

Einige Plattformen

- Coursera / www.coursera.org/ Coursera ist ein US-amerikanisches Unternehmen, das sich auf die Bereitstellung von Massive Open Online Courses aus 140 Universitäten und Bildungseinrichtungen spezialisiert hat. Die Palette reicht von Hightech-Themen bis zu „Learn how to learn“.
- edX / www.edx.org/ Plattform für universitäre Open / Online-Kurse (Angebote in Teilen identisch mit Coursera)
- FutureLearn / www.futurelearn.com/ ein weiterer Anbieter, der aus der Idee “Open University” stammt, Kurse sind in der Regel in englischer Sprache und eher aus dem universitären Bereich, daher sind, wie die beiden vorgenannten Plattformen, allgemeinbildende Themen eher die Ausnahme.

Weiterführende Links zu MOOCs bzw. zu Plattformen mit Kursübersichten

- mooc-list.com/
- www.class-central.com/
- www.openculture.com/free_certificate_courses
- www.openeducationeuropa.eu/
- innovation.virtuelle-ph.at/
- openhpi.de/ (soziale Plattform für interaktive Kurse zur Informationstechnologie, z.B. „Wie designe ich meine eigene Homepage?“ / „Wie funktioniert das Internet?“)

2 Webinare

Als Webinar wird ein Unterrichtsangebot im Internet bezeichnet, an dem mehrere Personen zeitgleich teilnehmen. Es startet und endet zu einer festgelegten Zeit. Die Teilnehmenden können sich dazu einloggen und dem Unterricht „live“ folgen. Meistens besteht die Möglichkeit Fragen zu stellen oder sich an Diskussionen mit den anderen Teilnehmenden zu beteiligen. Dazu wird in der Regel lediglich ein Mikrofon und Kopfhörer benötigt.

Warum live?

- Internet = immer alles überall
bewusste Verknappung → nur bestimmte Zeit → erhöhte Aufmerksamkeit
direkte Interaktion → soziales Erlebnis

Vorteile

- geographische Entfernung spielt keine Rolle
- zeitsparend für die Teilnehmenden
- kürzere Einheiten

Nachteile

- (Stabile) Technik und schnelle Leitungen sind Voraussetzung
- Pausengespräche fehlen
- Form der sozialen Interaktion noch ungewohnt
- Technische Basis / Zum Beispiel Adobe Connect
- webbasiertes Videokonferenzsystem
- benötigt üblicherweise
- Browser
- Flash
- möglichst schnelle Computer / bzw. WLAN-Zugang
- ggf. Add-In

Technische Basis / Zum Beispiel Adobe Connect

- webbasiertes Videokonferenzsystem¹
- benötigt üblicherweise
 - Browser
 - Flash
 - möglichst schnelle Computer / bzw. WLAN-Zugang
 - ggf. Add-In

Vor- und Nachteile der webbasierten Videokonferenzsysteme / Webinare:

- Grundsätzlich gilt: Alles ist möglich, was in einem herkömmlichen Seminarsetting möglich ist
- Teilnehmende müssen sich nicht mit Kamera und Namen zeigen
- anstrengender als reines Face-to-face-Lernen, deshalb meist nur eine Stunde Kursdauer
- Vorteilhaft: Koppelung mit Präsenzlernen ist möglich: Wer nicht persönlich anwesend sein kann, nimmt online teil.²
- Bei guter Moderation ist nicht nur Vortrag, sondern Austausch möglich.

Beispiele

- www.werdedigital.at
- pinterest.com/davidroethler/live-online/
- effectivewebinars.wordpress.com/

¹ ab ca. 130 Euro jährlich für Bildungseinrichtungen

² Wann wird besonders rege auf den Homepages der Familienbildungsstätten nach Kursen und Angeboten gesucht? Abends, wenn die Kinder im Bett sind, also außerhalb der regulären Arbeits- und Angebotszeiten. Ein Hinweis für die Konzeption neuer Lernformate

3 OER / Open Educational Resources

Freie Lehr- und Lernmaterialien fördern und entwickeln; Inhalte mit der ganzen Welt schaffen, austauschen und erörtern; Bildungseinrichtungen und Lehrkräfte beim Erwerb digitaler Kompetenzen unterstützen: Diese drei Kernvorhaben kennzeichnen die Idee „offener Bildungsressourcen“:

- Ein regionales Beispiel: Glas-Wiki / Schüler/-innen der Glasfachschule Rheinbach schreiben seit einigen Jahren ihr Glaskunst-Fachlehrbuch im Wikipedia-Verfahren (schreiben, zur Diskussion stellen, durch andere redaktionell bearbeiten usw.). Ihre Lehrer/-innen sind überzeugt, dass sie dabei intensiver lernen als zuvor.
- Der OER-Gedanke ist: Wenn Bildungsangebote öffentlich finanziert sind, sollten die Erträge öffentlich zugänglich sein. Lehr- und Lernmaterialien stehen möglichst online, offen und kostenlos zur Verfügung, wie zum Beispiel bei Wikibooks.org, einer Sammlung frei verfügbarer Lehrbücher, die bearbeitet und ergänzt werden können. Gesammeltes und geprüftes Wissen soll, wie zum Beispiel bei Wikipedia, kopiert und zitiert werden dürfen.

Die Urheber/-innen? Creative Commons (CC)

Möglichst viele Urheber/-innen sollen motiviert werden, ihre Werke unter bestimmten Bedingungen der Öffentlichkeit bereitzustellen: de.creativecommons.org/

Hingucker! Creative Commons und Familienbildung:

- 46 Beiträge sind im Youtube Kanal der Ev. Kirche Hessen und Nassau zu verschiedenen Eltern- und Erziehungsthemen abzurufen, zum Beispiel: Was ist eine sichere Bindung? Was hat Singen mit Sprechenlernen zu tun? Wie hilft Beobachten mein Kind besser zu verstehen? Gute Ideenbörse für eigene Projekte!
www.youtube.com/results?search_query=Elternbildung%2Ccreativecommons

→ RECHTE GEKLÄRT!

TIPP: CHECK: BILDER UNTER FREIER LIZENZ NUTZEN: weit verbreitete Fehler und wie man sie vermeidet.
→ Urheberrechtsverletzungen bei freien Lizenzen?

Quelle: oerinfo:

www.open-educational-resources.de/bilder-unter-freier-lizenz-nutzen/

Alle Lerneinheiten des Anbieters sind unter einer Creative-Commons-Lizenz frei nutzbar: „... auch anderen Plattformen und Bildungseinrichtungen ist es erlaubt, auf unserem Lernpool kostenfrei zuzugreifen und Lerneinheiten für eigene Lernprogramme zu nutzen.“

(Zitat Startseite) www.digitale-elternbildung.de/

- **Vorhandene Inhalte, die online offen (CC) bereitgestellt werden, erschließen und nutzen**, z.B. schau-hin.de bietet sehr viel Material und Anregung / auf Twitter: z.B. [#EdchatDE](https://twitter.com/EdchatDE) / Diskussion von Bildungsthemen // Türkischsprachige Angebote für die Zielgruppe aus Twitter Chat erschließen.
- **Neu: oerinfo Berlin** / Die BMBF-geförderte Informationsstelle OER (Open Educational Resources) ist im November 2016 an den Start gegangen. Sie bietet zumeist kostenfreie Materialien, die offen zugänglich, ohne Einschränkungen nutzbar und frei wiederverwertbar sind und von Hochschullehrenden, Weiterbildnerinnen/-bildnern oder Lernenden erstellt werden. Die neue Informationsstelle soll zu OER informieren und die Vernetzung voranbringen: open-educational-resources.de/

4 Flipped Classroom / „verkehrter“ Unterricht

... bezeichnet eine Unterrichtsmethode des integrierten Lernens, in der die Hausaufgaben und die Stoffvermittlung insofern vertauscht werden, als die Lerninhalte zu Hause von den Lernenden erarbeitet werden und die Anwendung im Unterricht geschieht. Im Englischen aus diesem Grund auch als „inverted teaching“ bezeichnet. Im Flipped Classroom werden die Lerneinheiten vor dem Unterricht zur Vorbereitung genutzt. Mehr dazu: wikis.zum.de/zum/Flipped_Classroom

5 Blended Learning / Präsenzzeiten und E-Learning kombinieren

Präsenzlernen in der Gruppe bietet sozialen Austausch und Kommunikation. Lernstoff wird direkt vermittelt. Bei Unklarheiten ist direktes Nachfragen möglich. Beim E-Learning kann jede/-r die gestellten Aufgaben beliebig oft wiederholen; kann jederzeit und überall lernen; und kann zusätzliche Lerneffekte durch zusätzliche Aufgaben und durch mehr Zeit erzielen.

Die Idee des Blended Learning kombiniert diese Vorteile: Präsenzzeiten können durch vorab angebotene Inputs gezielt vorbereitet und dann intensiver genutzt werden. Gemeinsames Arbeiten an Dokumenten oder Aufgabenstellungen ist – je nach gewählter Plattform – möglich. In den Online-Phasen ist direkter Austausch über Videokonferenzen denkbar. Unklarheiten aus der Präsenzphase können ohne Aufschub sofort geklärt werden.

Vorausgesetzt:

(1) Beide Lehrformen sind aufeinander abgestimmt. //

(2) Alle TN haben die technischen Voraussetzungen.

Tipps zum kooperativen Arbeiten im Team

OER bieten auch Möglichkeiten zum kooperativen Arbeiten im Team. Was wollen Sie machen? Was soll dadurch besser werden? Die Wahl der Plattform hängt von der Antwort ab, sagt Ralph Müller (studiumdigitale / Goethe-Universität Frankfurt):





(1)

Einfaches kooperatives oder seminarbegleitendes Arbeiten mit „einfachen“ Hilfsmitteln möglich machen?

- titanpad.com/ ein kostenloses Open-Source-Programm für das gemeinsame Bearbeiten von Dokumenten; Mitschriften oder Teamsitzungen können im „Schwarm“ umfassend protokolliert und ergänzt werden; eine Zeitleiste (Timeslide) zeigt Reihenfolge und Stand der Bearbeitung an. So lassen sich Änderungen im Text nachverfolgen oder rückgängig machen. Eine Chatbox macht direkte Kommunikation möglich.
- padlet.com/ ist eine digitale Pinnwand, die Platz für Notizen, Links, Bilder & Videos bietet. In der gemeinsamen Nutzung werden Posts bequem gesammelt und online verteilt. Zwei Vorteile: Alles bleibt auf der gemeinsamen Oberfläche im Blick. Der Zugang ohne Passwörter über Link macht auch anonyme Einträge möglich (z.B. für Themen wie Internet- / Spielsucht, Erziehungskrisen etc. ggf. sinnvoll).
- (Geschlossene) Facebook-Gruppen oder Whatsapp-Gruppen sind für den internen Austausch, aber auch für die Vernetzung von Teilnehmenden untereinander denkbar (mit Anmeldung / Vorbehalte beachten).
- Google docs / drive – für den Austausch von Daten und Informationen, sofern die teilnehmenden ein Mailkonto bei google eröffnen.
- dropbox – für den reinen Dokumentenaustausch (gemeinsames Arbeiten an Dokumenten ist nur in der professionellen Version möglich.)

(2)

Eigene digitale Angebote selbst oder in Kooperation mit anderen Familienbildungseinrichtungen im Land erstellen?

MOODLE – bietet die Plattform für komplexe digitale Seminarbegleitung / Umsetzungsideen dazu aus der Familienbildung NRW finden Sie im folgenden THEMENSPEICHER

Auf der folgenden Website tauschen sich Schulen und Institutionen, die moodle nutzen, aus. Hier finden Sie Ideen, Tipps und Austauschmöglichkeiten.

www.moodletreff.de

C THEMENSPEICHER #familie (IDEEN; PILOTEN; LEUCHTTÜRME)

(1) Ideensammlung / digitale Medien im Kursgeschehen von Familienbildung

- Elterncafé als moderiertes Webinar (offener Treff) online anbieten / z.B. abends, wenn Eltern online sein können
- Teilnehmenden von längerfristig angelegten Bildungsangeboten mit z.B. vier Wochen zwischen den Präsenzterminen durch online Vernetzung Kontakt untereinander ermöglichen (entsprechendes Tool anstelle von Whatsapp nutzen)
- Blended Learning-Elemente ergänzend zu herkömmlichen Familienbildungsangeboten:
- Materialien / Aufzeichnungen online im Vorhinein oder Nachhinein bereitstellen (E-Mail, dropbox (privat / Link oder öffentlich), SlideShare (YouTube für Präsentationen → öffentlich → erhöht eigene Bekanntheit Marketing)
- Vor dem Kurs Link schicken zum Antezien vorab und zum schnellen Einstieg in die Diskussion im Kurs. Interessante Inhalte für diesen Zweck zum Beispiel hier ...
 - www.saferinternet.at/frag-barbara-elternratgeber-fuer-den-alltag-im-internet/ (Thema Familienfotos im Internet u.v.m.)
 - schau-hin.info
 - www.klicksafe.de/
 - saferinternet.de/
 - www.digitale-chancen.de
 - www.internet-abc.de
 - www.scoyo.com/eltern/kinder-und-medien/blogparade-mydigitalday-medienvorbild-medien-nutzung-familie / Blogparade #mydigitalday – So digital ist unser Familienalltag (Reflexion des eigenen Medienverhaltens)
- Live-Streaming von Online-Veranstaltungen auf Facebook, Periscope oder YouTube bereitstellen / gute Ergebnissicherung und Teaser für Unentschlossene
- Blog / ePortfolio zum Thema Mediennutzung von Eltern schreiben lassen und so zur Reflexion anregen
- KL anregen an MOOCs für Weiterbildner/-innen teilzunehmen

(2) Blended Learning-Ideen aus der Familienbildung NRW

1 / Pubertierende Kinder? Social Media als Brücke bei der EFA Düsseldorf

Bei reinen Kursangeboten zum Thema Pubertät / Eltern-Kind-Konflikte ist die Nachfrage oft sehr gering. Manche Eltern werden nicht erreicht, weil das Thema Stress macht und man sich mit Konflikten nicht sofort in einer Gruppe zeigen möchte. Das Online-Angebot soll Vertrauen schaffen, damit Eltern später doch noch in das klassische Gruppenangebot kommen. So kann's gehen:

Wie läuft das ab?

Zu festen Online-Zeiten können Eltern erste Fragen stellen und erfahren, dass andere Eltern ähnliche Fragen haben. Einzelne Eltern oder auch eine Zufallsrunde, die sich zur vereinbarten Zeit einfindet, werden im Videochat persönlich angesprochen. Die Kursleitung moderiert die Diskussion online und live und ist im Bild zu sehen.

Die Vision?

Acht Eltern treffen sich virtuell im Online-Chat, hören die Fragen der anderen und die Antworten der Kursleitung, so, als ob sie in einer Gruppe in einem Raum säßen. Sie sollen schreiben dürfen oder auch Mikrofone nutzen, um direkt sprechen zu können. Familienbildung hat dabei auch zum Ziel das Online-Angebot als Einstiegsmodell für eine Teilnahme an einem Präsenzkurs zu nutzen. Letztlich kann die Qualität eines gruppenpädagogischen Angebots online nicht erreicht werden.

Wie erfahren Eltern von dem neuen Angebot?

Eine größere Vortragsveranstaltung zum Thema Pubertät soll in Kooperation mit einer Schule genutzt werden, um viele Eltern anzusprechen. Eltern lernen in diesem Rahmen die Kursleitung kennen und erfahren, dass sie online weitere Fragen stellen und Kontakt halten können.

Was ist pädagogisch-didaktisch anders?

Kursleitung muss ihr Konzept der Ansprache verändern. Auf der Online-Ebene wird anders kommuniziert als im Face-to-face-Kontakt. Um Emotion, Zuspruch, Empathie in der Online-Kommunikation zurückzumelden, bedarf es einer anderen Kompetenz. In diese Besonderheiten muss man sich einarbeiten und hineinversetzen.

Welche technischen Fragen sind zu klären?

- Wie schafft man den Zugang zum Online-Kontakt?
- Wie sieht die Oberfläche dann für die Eltern aus? Wie hätten wir es gern?
- Müssen die Eltern sprechen oder schreiben? Ist beides möglich?
- Bietet die Plattform die Möglichkeit, anonym zu bleiben, oder müssen sich die Eltern zeigen
- Wie werden wir technisch dem Inhalt gerecht?
- Wie werden die Bildungseinheiten via Internet abgerechnet? Nachweisbare Unterrichtsstunden sind bislang die Einheit.

2 / Moodle-Ideen beim DRK in Bergisch Gladbach

E-Learning und Blended Learning Formate können Angebote für die sein, die nach einem langen Arbeitstag nicht mehr zu motivieren sind, die Bildungsstätte aufzusuchen. Ob kursbegleitend oder ganz ohne Präsenzzeiten - Fortbildungen können digital stimmig aufbereitet werden. Hier ein paar Ideen:

Moodle als gemeinsames Arbeitszimmer

Die Kursleitungen für „Erste Hilfe am Kind Kurse“ werden zurzeit von ihrer Ausbilderin mit Emails zu allen Neuigkeiten versorgt. Diese Infos müssen gespeichert oder abgelegt werden und sollten griffbereit sein, wenn man sie braucht. Moodle ist eine Plattform, zu der alle jederzeit Zugang haben. Der Inhalt ist sofort sichtbar und kann bearbeitet werden. Der Inhalt ist von jedem mobilen Gerät aus gleich einzusehen. Ggü. einer einfachen Cloud als Speicherort hat das Vorteile: Neben den Ordnern für Dokumente können Lerneinheiten, Themen noch einmal anders dargestellt werden. Text- oder Bildprogramme für das Öffnen werden von der Moodle Plattform gleich mitgeliefert. Jede/r hat sofort barrierefrei Zugang.

Online-Begleitung zum Kurs

Der „Erste-Hilfe-am-Kind-Kurs“ für Lehrer/-innen, Erzieher/-innen, Tagespflegepersonen und interessierte Eltern soll online begleitet werden. Aktuelle Informationen über den Kurs hinaus, Kursinhalte zum Nachlesen, „Themenspeicher“ oder „Faktenchecks“, wenn eine Frage im Kurs gestellt wurde und die Antwort erst am Tag danach gegeben werden kann, gehen mit Moodle ganz einfach. Direkte Kommunikation zu bestimmten Zeiten ist zusätzlich denkbar. Ein Forum kann für alle sichtbar eingerichtet werden, in das man Fragen einbringen kann, um zeitversetzt die Antworten lesen zu können. Videochats oder Videokonferenzen zu fest vereinbarten Zeiten für alle sind über Zusatzmodule möglich.

Blended Learning

Kursteilnehmende, die an Präsenzs Schulungen teilnehmen, zum Beispiel im Bereich Kindertagespflege oder in der Ausbildung zum Gedächtnistraining, können über die Plattform Arbeitsaufträge oder Informationen zur Vor- oder Nachbereitung an die Hand bekommen. Es handelt es sich um eine bewusste Verknüpfung von Präsenz- und Online-Zeit. Aufgaben werden teils im Kurszusammenhang oder zu Hause (online) erledigt. Erste Erfahrungen damit zeigen...

- Die Kursinhalte der drei Wochenendschulungen wurden noch einmal auf die Plattform gebracht und mit Links hinterlegt. Alle Teilnehmenden hatten einen Zugang. 1/3 nutzt das Angebot intensiv, 1/3 sporadisch, 1/3 nicht (ohne Angabe von Gründen).
- Teilnehmende brauchen eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, damit sie sich auf der Plattform zu recht zu finden.
- Eine Rückmeldung: Das Blended Learning Angebot dieser Familienbildungsstätte wurde als Alleinstellungsmerkmal gelobt und als Grund für die Wahl des Angebotes benannt.

E-Learning - wenn's rein um die Sache geht

Bei einer Softwareschulung geht es um die reine Inhaltsvermittlung. Da ist es sogar von Vorteil, wenn man die Inhalte direkt an jenem Arbeitsplatz anwenden lernt, auf den es später ankommen wird. E-Learning ist für solche eher technischen Anwenderschulungen genau richtig.

(3) Beispiele für kostenlose Online-Kurse im Themenfeld Familienbildung sind auf diesen Plattformen zu finden:

www.futurelearn.com

Ein aktueller Kurstitel: „Wie verändern soziale Medien Kindheit?“ Wie beeinflussen sie die Entwicklung von Kindern? Solche und weitere Fragen sind Kursinhalt. In der Kursankündigung dazu heißt es: “About the course: Are you a technology optimist or a technology pessimist?

The amount of technology available to children today is greater than in any previous generation, and it is more specifically designed to capture their imaginations. There is heated debate as to how the digital influx is shaping children's development and experience.

Are social media changing the way that children form relationships? How is technology changing the way that children think, and how will it shape the classroom of the future? This exciting new course pulls together the latest evidence from experts in the field to explore these and other questions. Join us as we delve into the lives of children and discuss the potential benefits and limitations of technology in their lives.”

Quelle: www.futurelearn.com/courses/childhood-in-the-digital-age

www.imoox.at

Der MOOC „Gratis Online Lernen 2014“ erhielt den österreichischen Staatspreis für Erwachsenenbildung 2015 in der Kategorie „Digital Literacy“. Die Plattform der Universität Graz und der Technischen Universität Graz bieten weitere MOOCs (Massive Open Online Courses) zu ausgewählten Themen wie Soziale Medien, Physik oder Gratis-Bildung. Über einen Zusammenschluss verschiedener MOOC-Portale von Hochschulen werden aus dem Themenfeld Familienbildung u.a. diese Kurse angeboten: Gratis Online Lernen (Einführungskurs in das Prinzip Lernen via MOOC) / Gesellschaft. Aspekte der Informationstechnologie / Krankheiten bestimmen mit dem Internet / Lernen im Netz 2.0: Lernen in einer digitalen Gesellschaft / “Making” – Kreatives digitales Gestalten mit Kindern // Digitale Werkzeuge für Erwachsenenbildner/-innen

Quelle: www.imoox.at/wbtmaster/startseite/onlinelernen.html

www.coursera.org

In diesem Coursera-Angebot „Personal & Family Financial Planning“ geht es um den Umgang mit Geld in der Familie. Im Coursera-Angebot, das universitäre Bildungsangebote für die Plattform nutzt, ist das thematisch eine alltagspraktische Ausnahme. Die Mehrzahl der Kurse wird in englischer Sprache abgehalten. Kostenlos sind viele der Kurse, sofern man nur zuhören will. Für den vollen Zugang zu den Kursmaterialien bzw. für ein Zertifikat der Teilnahme werden oft Gebühren erhoben.

Quelle: www.coursera.org/course/uffinancialplanning



D IMPULS / DIGITALE POTENTIALE / Prof. Dr. Gudrun Marci-Boehncke / TU Dortmund

Warum Familienbildung auch auf digitale Medien setzt

Fragen an GUDRUN MARCI-BOEHNCKE / Professorin für Neuere Deutsche Literatur/Elementare Vermittlungs- und Aneignungsprozesse / TU Dortmund

#familie: Welche Aufgabe hat Familienbildung, wenn es um digitale Medien geht?

In der Familie werden generell die Grundlagen für die weitere Bildungsbiografie von Kindern gelegt. Das gilt für das Lesen ebenso wie für Verhalten im umfassenden Sinne. Familie ist die primäre Sozialisationsinstanz, die hier wichtig ist. Wir erleben heute, dass Familien sich allein gelassen fühlen mit vielen Bildungsaufgaben. Familienbildung kann recht niedrigschwellig von Beginn an Eltern helfen, die heranwachsende Generation auf die Anforderungen und hier insbesondere die Gegebenheiten der mediatisierten, digitalisierten Welt vorzubereiten.

Denn das lässt sich nicht wegdiskutieren: Die Welt ist mediatisiert und das lässt sich nicht dadurch beheben, dass man Kindern einen Schonraum verschafft. Die Medienbedingungen haben sich verändert und wir sollten nüchtern daran gehen und zusehen, wie wir mit Partnern aus anderen Bildungsinstitutionen unsere Kinder fit machen für ein gelingendes Leben auch in unserer digitalen Medienwelt.

#familie: Wo sehen Sie die Chancen digitaler Medien?

Medien schaffen heute eine sehr viel engere Verbindung zwischen Menschen. Das sehen wir deutlich bei den geflüchteten Familien, die international Kontakt halten können. Wir sehen das in Familien, die Angehörige weit weg haben oder in Pendelbeziehungen leben. Ein sehr engmaschiger auch persönlicher Kontakt kann durch den Einsatz von Bild, Ton und engmaschigen Sprachnachrichten aufrechterhalten werden. Das wirkt sich für Eltern, Kinder, Familien, Großeltern ganz positiv aus.

Die andere große Chance liegt in der Informationssuche. Das geht digital viel schneller und effizienter als auf analogen Wegen. Dazu kommen die Gestaltungsmöglichkeiten, die der Einzelne durch digitale Medien hat, um selber gesellschaftlich und politisch mitzuwirken. Die partizipativen Formen sind enorm produktiv: Jeder kann Rezipient, aber auch Produzent sein und selbst Dinge ins Internet stellen.

Die Bedingungen für inklusives Lernen werden durch digitale Medien massiv gefördert. Man kann die Textrezeption, die traditionell nur schriftlich möglich war, also das Decodieren von Schrifttexten, über Hörtexte, die vorproduziert sind, oder durch entsprechende unterstützende Technologie der Geräte, die Texte vorlesen, überwinden. So können Menschen mit ganz unterschiedlichen Lernausgangsbedingungen gleichermaßen an Bildungsgut, Inhalten und Geschichten partizipieren.

Dasselbe gilt für die Produktionsprozesse. Wir haben gerade in der Gruppe der Menschen, die in sozial benachteiligten Kontexten leben, die größten Hürden bei der Schriftsprache. Digitale Medien setzen nicht immer voraus, dass Menschen schreiben können. Sie bieten große Potentiale für niedrigschwellige Einstiege in Bildungskontexte. Wir erleben dasselbe auch in der Zusammenarbeit mit Behinderteninstitutionen oder dort, wo Menschen funktional Analphabeten sind. Sie können sich über Sprachnachrichten oder Emoticons umfassend und gut ausdrücken. Digitale Medien können also kompensieren – wenn man die unterschiedlichen Sprachebenen als grundsätzlich gleichwertig versteht und nicht eine Dominanz der Schriftsprache gegenüber der Bildsprache oder dem Auditiven behauptet.

#familie: Zu Ihren wissenschaftlichen Schwerpunkten gehört die Leseförderung. Wie passt das zum Thema digitale Medien?

Wenn Sie Kindern Lust auf Geschichten machen wollen, lassen Sie die Kinder mit digitalen Medien kreativ werden und die Geschichten bearbeiten und gestalten. Das ist nachhaltiger, als beispielsweise eine einfache Nacherzählung zu schreiben. Meine Botschaft ist: Es geht nicht so sehr um das Medium, über das ich Kontakt herstelle zu Phantasie und Kreativität. Es geht an erster Stelle darum, den Spaß an den Inhalten zu vermitteln, die ja – wie die Schriftsprache selbst – ein Codesystem darstellen. Bedeutung muss auch beim geschriebenen Wort im Kopf erst hergestellt werden. Wenn wir verstehen, dass es um den Genuss am Decodieren geht, dann ist es egal, ob dieser stimuliert wird durch Geschriebenes, Gesprochenes oder Gemaltes. Auch Bilder müssen mit Verständnis gefüllt werden, sonst bleiben sie bloße Farbformen und Schemen. Das ist bei Worten nicht anders.

#familie: Digitale Medien bedeuten einen Kulturwechsel. Gibt es da übertragbare Erfahrungen aus anderen Bereichen?

In der Antike hat der Philosoph Platon mit der Schrift den Untergang des damaligen Wissens vorhergesagt. Er war der Meinung, die gesprochene Sprache sei viel effektiver und mit der geschriebenen Sprache würde viel an Bedeutung verloren gehen. So war es eigentlich bei jeder Entwicklung eines neuen Mediums. Im 18. Jahrhundert gab es Kritik an der „Lesewut“ der Frauen. Im 20. Jahrhundert sah Thomas Mann den Tonfilm als Untergang der Kultur an.

Mit dem Entstehen jedes neuen Mediums war und ist die ältere Generation extrem kritisch. Neue Medien werden als Gefahr für die vertrauten Kulturgüter angesehen. Dabei hat sich immer gezeigt, dass wir kaum je eine Verdrängung des vorherigen Mediums hatten, sondern sich das Spektrum eigentlich nur erweitert. Dennoch: Ja, es ist auf jeden Fall ein Kulturwechsel. Die digitalen Medien stellen viel stärker eine ganz radikale Veränderung der Handlungspraxen dar. Ich muss nicht mehr in die Bibliothek gehen, bin zeit- und ortsunabhängig in der Rezeption und Produktion. Den breiten Kontext aller kulturellen Möglichkeiten müssen die Bildungsinstitutionen – Familienbildung eingeschlossen – umso klarer im Blick behalten.

Das Alte wird gebraucht, um das Neue angemessen verstehen und nutzen zu können. Nur wenn ich traditionelle, analoge grundlegende De- und Recodierkompetenzen beim Lesen habe, werde ich mich auch innerhalb der digitalen Welt zurechtfinden. Es gibt hier kein Entweder-oder. Und es reicht nicht, kritisch auf die digitalen Medien zu blicken, wenn das eigentliche Problem erzieherische Verantwortung ist. Dieser Bildungsverantwortung müssen wir uns stellen und das kann sehr viel Spaß machen, sich zu positionieren und die Kompetenz zu zeigen, mich mit den Lebensbedingungen, für die ich Kindern Bildungsangebote mache, zu befassen. Solche Angebote sind nötig, damit Kinder nicht nur selbsterziehend in das Medienumfeld hineinwachsen. Es ist der Bildungsauftrag, die nächste Generation kreativ, verantwortungsvoll und natürlich auch kritisch an diese Sache heranzubringen.

→ Neues Format:

Running Lectures von Gudrun Marci-Boehncke / „Anerkennung“

www.youtube.com/results?search_query=Forschungsstelle+Jugend+Medien+Bildung

→ Vorlesung Gudrun Marci-Boehncke / Bildungspartner NRW

„Lesen heute – in und mit allen Medien“:

www.youtube.com/watch?v=54rOpZjswWk

E KNOW-HOW (DIGITAL LERNEN)

Digitale Lernangebote:

- Definitionen (MOOC, Webinar, Creative Commons etc.): www.wikipedia.de
- MOOCs erstellen: howtomoooc.org
- Hintergrunddossier MOOCs beim Deutschen Bildungsserver:
- www.bildungsserver.de/Offene-Online-Kurse.-Massive-open-online-courses-Moocs-10576.html

MOOCs / bzw. Plattformen und Kurslisten

- www.mooc-list.com/
- www.class-central.com
- www.openculture.com/free_certificate_courses
- www.openeducationeuropa.eu/
- innovation.virtuelle-ph.at/
- openhpi.de/ (interaktive Kurse zur Informationstechnologie)
- www.imoox.at

Online-Lernplattformen

- Coursera / www.coursera.org/ Kurse aus 140 Universitäten und Bildungseinrichtungen, die Palette reicht von Hightech-Themen bis zu „Learn how to learn“.
- edX / www.edx.org/ Plattform für universitäre Open / Online-Kurse
- FutureLearn / www.futurelearn.com/ “Open University”

Webinare

- www.werdedigital.at
- www.netzkompetenz.at
- pinterest.com/davidroethler/live-online/
- effectivewebinars.wordpress.com/

OER – Open Educational Resources

- [oerinfo: Berlin](#) / kostenfreie Materialien, offen zugänglich, uneingeschränkt nutzbar, von Hochschullehrenden, Weiterbildnern/-bildnerinnen oder Lernenden erstellt:
open-educational-resources.de/
- [Themenpräsentationen](#), online, verfügbar: de.slideshare.net/
- [e-Portfolios](#): www.e-teaching.org/lehrszenarien/pruefung/pruefungsform/eportfolio/

Creative Commons und Familienbildung

- [Creative Commons](#) (CC) sind Urheber/-innen, die ihre Werke unter bestimmten Bedingungen zur Nutzung freigeben: de.creativecommons.org/ (Lizenzen beachten!)

Ideenpools

- Youtube Kanal der Ev. Kirche Hessen und Nassau zu Eltern- und Erziehungsthemen:
www.youtube.com/results?search_query=Elternbildung%2Ccreativecommons/
unter einer Creative-Commons-Lizenz frei nutzbar: www.digitale-elternbildung.de/
- Twitter / Bildungsthemen z.B. [#EdchatDE](#)
- www.digi4family.at / Initiative Medienkompetenz von Familien
- www.werdedigital.at
- www.schau-hin.info/
- www.fragbarbara.at (Thema Familienfotos im Internet u.v.m.)
- www.klicksafe.de
- www.saferinternet.de
- www.digitale-chancen.de
- www.internet-abc.de

- **Blogparade #mydigitalday** – So digital ist unser Familienalltag (Reflexion des Medienverhaltens)
www.scoyo.com/eltern/kinder-und-medien/blogparade-mydigitalday-medienvorbild-mediennutzung-familie
- www.lfm-nrw.de
- digitale-spielewelten.de
- www.digitale-elternbildung.de / Materialien zum Download bereitgestellt unter CC-Lizenz

Plattformen für Blended Learning - BEISPIELE

- Moodle / www.moodletreff.de
- titanpad.com/ Open-Source-Programm für einfache Teamarbeit-Elemente
- padlet.com/ digitale Pinnwand
- (geschlossene) Facebook- oder Whatsapp-Gruppen
- dropbox / Dokumentenaustausch



2_under construction - das Medienkonzept

- A TOP FIVE IN 60 SEKUNDEN
- B INFOTHEK: LINKS, INFOS, INPUT ZUM MEDIENKONZEPT
- C THEMENSPEICHER #familie: IDEEN, PILOTEN, LEUCHTTÜRME
- D IMPULS: MEDIENKOMPETENZ / Mechtild Appelhoff, LfM NRW
- E KNOW-HOW: Präferenzen der Zielgruppe und Medienkompetenzen



A TOP FIVE in 60 Sekunden

[1]

Moment mal! Wo stehen wir zurzeit? Vielleicht sind Entscheidungen bzgl. der Mediennutzung teils aus Ressourcengründen bislang unterblieben oder wegen kritischer Haltungen im Verband/der Dachorganisation noch nicht erfolgt. Das Meinungsbild ist immer bunt und vielfältig, wenn es um digitale Medien geht. Jede Einrichtung startet deshalb in Richtung Medienkonzept an ihrem eigenen Punkt. Welcher es ist? Finden Sie es heraus!

[2]

Die Bestandsaufnahme zu Beginn klärt das Bild. Wo und wie werden Web, App oder Handy genutzt: innerhalb der Einrichtung (durch Angestellte, Dozentinnen/Dozenten und Teilnehmende; im Rahmen der Bildungsangebote (IT-Grundbildung, Pädagogische Angebote, Blended Learning); für die Einrichtung (externe Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit)? Wohin soll die Reise gehen? Am Anfang des Medienkonzepts steht immer eine Entscheidung: Was von dem großen Buffet wollen wir nehmen?

[3]

Beim Start digitale Ziele priorisieren. Ein Medienkonzept kann interne Arbeitsabläufe optimieren; kann Öffentlichkeitsarbeit und Kundenkontakte auf den neuesten Stand bringen; und Leitlinien für Querschnittfragen wie die Nutzung im Kursgeschehen bieten. Ja. Aber nicht mit allem kann zugleich gestartet werden und die Ergebnisse sind auch nicht verbindlich für alle Zeit. Das Wichtigste für die eigene Einrichtung wird zuerst angegangen. Die anderen Themen gehören in den Speicher.



(4)

Möglichst viele müssen mitziehen. Alle hauptamtlich Mitarbeitenden sind gefordert, wenn ein übergeordnetes Leitbild für die Nutzung und den Einsatz digitaler Medien entwickelt wird. Gut möglich, dass für die jetzt anstehenden Diskussionen und Probeläufe alle im Team Fortbildung vertragen können. Es geht nur gemeinsam, denn das Konzept sollte von allen getragen und gelebt werden.

(5)

Erfolgreich in Richtung digitale Medien gehen. Mit realistischer Planung und Zielsetzung sowie praktischen Leitlinien für die Umsetzung hat Ihr Medienkonzept Chancen. Wenn jetzt etwas angestoßen wird, muss am Ende ein Output stehen – ein klares, hilfreiches Ergebnis, damit das Thema nicht verbrannt wird. Lassen Sie sich inspirieren!

B INFOTHEK (LINKS; INFOS; INPUT ZUM MEDIENKONZEPT)

Bausteine und Beispiel-Gliederung für das schriftlich formulierte Medienkonzept

1. Auftrag der Einrichtung
2. Zielgruppen der Einrichtung (inkl. deren Medienverhalten)
3. Nutzung: Öffentlichkeitsarbeit: erwünschtes Image, Ziele und Mittel
4. Nutzung: Kommunikation und Interaktivität mit der Zielgruppe
5. Nutzung: Medienpädagogisches Angebot
6. Mediendidaktische Überlegungen
7. Zuständigkeiten / Informationsfluss
8. Kompetenzen der Mitarbeiter/-innen bzw. Entwicklungsbedarfe und Unterstützungsangebote
9. Generelle Leitlinien: Datensicherheit, Urheber- und Nutzungsrechte

→ Die Startfrage: Wo stehen wir?

Der Weg zum digitalen Medienkonzept ist immer mit einem Klärungsprozess verbunden. Klären Sie als Organisation Ihre Haltung zum Thema. Und entscheiden Sie im nächsten Schritt, womit Sie beginnen wollen. Die folgenden Leitfragen helfen, Inhalte, Umfang und Aufgabe der Konzeptentwicklung einzuschätzen, z. B.:

- Welche Rolle hat Familienbildung in der Medienpädagogik?
- Was erwarten Eltern heute und wohin geht die Reise in Zukunft?
- Wie ist meine persönliche / wie meine professionelle Haltung?
- Was tun wir zurzeit (Analyse Ist-Stand)?
- Wie binden wir das Thema Medien als Querschnittsaufgabe in unser Bildungskonzept ein?
- Welche Ressourcen und Kompetenzen sind vorhanden?
- Wie können Mitarbeitende eingebunden werden? Gibt es Schulungsbedarf?

→ Systematische Anleitung zum Aufbau eines schriftlich formulierten Medienkonzeptes auf den folgenden Seiten

Das schriftlich formulierte Medienkonzept¹

Ein Medienkonzept für Familienbildungsstätten ist nicht rechtsverbindlich vorgeschrieben. Die im Medienkonzept verankerten Absprachen bringen jedoch für alle am Bildungsprozess Beteiligten erhebliche Vorteile mit sich. Ein umfassendes Medienkonzept beinhaltet Angaben...

... zu medienpädagogischen Angeboten:

- Welche Zielgruppen wollen Sie bedienen (Kinder, Jugendliche, Eltern, Großeltern / Seniorinnen / Senioren)?
- Welche Themen halten Sie für besonders relevant?
- Welche Einstellung / Haltung zum Thema Mediennutzung sollen Ihre Angebote vermitteln?

... zur Unterrichtsentwicklung über alle Angebote hinweg:

- Welche Medien sollen zur Entwicklung von Lern- und Medienkompetenz für welche Zielgruppen und Themenfelder genutzt werden?
- Welche wann bewusst nicht?
- Gibt es Einrichtungen für Foren, um die Interaktivität und die Gemeinschaftsbildung zu fördern?
- Werden Teilnehmende ermutigt, zu posten und eigene Nachrichten oder Geschichten zu veröffentlichen (community reporting)?
- Welche Formen der Interaktivität weisen Ihre e-Ressourcen auf? – passiv oder keine weitere Interaktion als „Umblättern“ – begrenzte Interaktion mit Links, einfachen Übungen, Audio und Video – moderate Interaktivität mit Animationen – Simulationen und / oder Lernspiele
- Werden Teilnehmende ermutigt, selbst an der Weiter-/Entwicklung von e-Ressourcen mitzuwirken?

¹ Karen Blümcke 2016 / www.perspektiv-wechsel.de

... zur Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern:

- Nutzen Sie Social Media-Anwendungen, beispielsweise Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Xing usw.?
- Welche Web 2.0-Anwendungen sollen zur Selbstdarstellung und Präsentation von Inhalten eingesetzt werden: beispielsweise eigene Website, Social Media, eigener YouTube-Kanal, QR-Codes?
- Welche Web 2.0-Anwendungen sollen zur Interaktion mit und zwischen Teilnehmenden – speziell welchen Zielgruppen – eingesetzt werden: beispielsweise Social Media, WhatsApp, E-Mail, SMS, Newsletter, Blogs, Foren?

... zur technischen Ausstattung:

- Welche Software, technischen Geräte, Internetanbindung werden benötigt, um die angestrebten Lehr- und Kommunikationsziele zu erreichen?
- Gibt Ihre Organisation Open Source-Software den Vorzug gegenüber kommerzieller Software?

... zu personellen Ressourcen:

- Gibt es Mitarbeiter/-innen in Ihrer Organisation, die explizit für Beschaffung, Wartung und Reparatur der digitalen Infrastruktur, Ausrüstung und Software verantwortlich sind?
- Stellen Sie Arbeitsstunden zur Entwicklung und Verwaltung von e-Learning zur Verfügung?
- Entspricht das vorgesehene Zeitkontingent den realen Bedarfen?
- Werden Ressourcen systemintern gemeinschaftlich genutzt?
- Werden Ressourcen auch mit externen Partnern geteilt?

... zum Umgang mit Daten:

- Hat Ihre Organisation einen „Datenspeicher“, der e-Learning (Kurse oder Objekte) speichern kann?
- Nutzen Sie öffentliche Datenspeicher wie YouTube, Tumblr, Flickr, Facebook?
- Wie wird Datensicherheit hergestellt?
- (Wie) Sollen Informationen / Materialien gemeinschaftlich entwickelt und genutzt werden?
- Gibt es eine Richtlinie für e-Ressourcen-Eigentum / Urheberrecht?
- Wie gehen Sie mit Creative Commons um? Gibt es dazu eine einheitliche Regelung?
- Welche Vereinbarungen gibt es zur Speicherung (Versionierung)?
- Gibt es ein Verfahren zum Auffinden von Materialien – zum Beispiel über Lehrziele, Schlagwortregister oder TAGs?

... zur Qualifikation der Mitarbeiter/-innen und zur Fortbildungsplanung:

- Welche technischen Kompetenzen haben Ihre Dozentinnen und Dozenten beispielsweise bzgl. Audio, Video, Web 2.0-Anwendungen, Learner Management Systems, Collaborative Tools?
- Stellt Ihre Organisation technische Unterstützung für HPM und Lehrkräfte bereit bzgl. der Entwicklung und Organisation von Online-Kursen (Kursstruktur, Inhalte, Zugriffs- und Bearbeitungsrechte, Konten etc.), Erstellung digitaler Medien, Moderation und Kommunikation sowie Bewertung?
- Unterstützen Sie die didaktischen Kompetenzen der Dozentinnen und Dozenten bzgl. des instructional designs, der e-Moderation, des e-Assessments, der Entwicklung von Materialien?
- Welche Qualifizierung benötigen die Dozentinnen und Dozenten zur Integration von Medien in ihren Unterricht?

C THEMENSPEICHER #familie (IDEEN; PILOTEN; LEUCHTTÜRME)

I / Ein Medienkonzept mit Leitmotiv

Im Medienkonzept werden Auftrag und Verantwortung von Familienbildung geklärt; wird die Nutzung digitaler und analoger Medien in der Familienbildung eingeordnet; werden Leitlinien zu medienpädagogischen Angeboten formuliert. Das Medienkonzept soll Haltung, praktische Umsetzung und Leitgedanken nach außen und nach innen klären. Die Botschaft an alle: Hier geht's für uns in unserer Einrichtung lang:

Haltung! Was wollen wir? Wo stehen wir?

Was versteht das Team der eigenen Familienbildungseinrichtung unter einem reflektierten Umgang mit digitalen Medien? Wie soll es beispielsweise gelingen, weder Medien zum Schwerpunkt zu machen oder dem Hype zu folgen noch Medien und Mediennutzung vor allem zu problematisieren oder aus der Einrichtung raus zu halten? Ein Medienkonzept ist immer ein Statement dazu, dass Digitalisierung von Gesellschaft Einzug in das Zusammenleben von Familien gehalten hat. Gerade in jungen Familien ist die Dominanz von digitalen Medien stark ausgeprägt. Sie wird im Familienleben jetzt und in Zukunft Thema sein. Familienbildungseinrichtungen formulieren im Medienkonzept einen Auftrag und eine Verantwortung – wie bei allen Entwicklungen und Prozessen, die neu und gesellschaftlich relevant sind. Sie zeigen sich als Mitgestalter und wollen die aktive Auseinandersetzung im eigenen Haus, nach dem Motto: „Wir sind nicht nur lehrende, sondern auch lernende Institution.“ Das eigene Medienkonzept soll diese Haltung kommunizieren.

Richtung Praxis! Wie weiter?

Das Ziel des Medienkonzeptes kann beispielsweise sein, alle Familienmitglieder in ihrem Alltag an einen aktiven und selbstbewussten, aber auch kritischen Umgang mit digitalen Medien heranzuführen. Medien-erziehung ist ein Teil der elterlichen Erziehungsaufgabe geworden. Deshalb sollen Eltern in der Entwicklung der eigenen Medienkompetenz unterstützt werden, indem Familienbildung ...

- (a) ... Wissen vermittelt zu den Chancen und Risiken oder zum Einfluss von Medien auf die kognitive Entwicklung bei Kindern.
- (b) ... Handlungsanregungen gibt. Eltern sollen ihr eigenes Medienverhalten reflektieren und beispielsweise ihre Vorbildrolle erkennen, damit sie in der Erziehung der Kinder einen altersgerechten Umgang mit Medien reflektiert umsetzen können.
- (c) ... im Kursgeschehen den Interessen der Eltern folgt. Ein paar Beispiele:
 - Themenbezogene Gesprächsangebote geben Wissen und Input.
 - Anliegen der Eltern werden einbezogen, beispielsweise wenn im Kurs „Musikalische Angebote“-Apps vorgestellt werden, mit denen man Kinderlieder findet oder Anregungen für Fingerreiter-Spiele bekommt.
 - Früher übliche Literaturverweise werden um Links ergänzt.
 - Auf die Anmerkungen von Eltern wird zeitnah reagiert, beispielsweise wenn Apps zur Sprache kommen, die verunsichern („Was muss mein Kind jetzt können?“).
 - Digitale Medien werden in den Kursen als Präsentations- und Informationsmöglichkeit eingesetzt und genutzt.

II / Klein anfangen und nicht stecken bleiben...

Ideensammlung Richtung Medienkonzept für den kleinen Einstieg

- Homepage. Je nach Größe und Ausstattung ist nicht jede Familienbildungseinrichtung online mit eigener Domäne zu finden. Gut möglich, dass im Rahmen der Medienkonzeption die Basis für digitale Kommunikation mit der Zielgruppe und die Neugestaltung der Medienpräsenz ganz oben auf der Agenda steht?
- Online-Anmeldung. Mit einer funktionierenden Homepage ist die technische Umsetzung von Online-Anmeldemöglichkeiten leichter zu lösen. Inhaltliche Fragen (Gestaltung, Ablauf, Verbindlichkeit, automatisierte Rückmeldung etc.) sind wiederum Teil der Überlegungen zum Medienkonzept: Wie viel wollen wir? Was brauchen wir bzw. unsere Kundinnen und Kunden?
- Digitaler Service. Warum nicht Arbeitsergebnisse aus Elternkursen digital zur Verfügung stellen? Regelmäßige und „wachsende“ Rubriken beleben die Homepage. Rezeptideen können zum digitalen Kochbuch werden. Bastelanleitungen, Fingerspiele, Links zu Kinderliedern im Netz oder eine Übungsanleitung aus dem Autogenen Training sind Bonusmaterial für alle. Sie bereichern das analoge Kursgeschehen und setzen außerdem Anreize für das Surfen auf der Homepage der Familienbildungseinrichtung. Wie dieser Service so eingesetzt wird, dass er wieder der eigenen Einrichtung nutzt, wird im Medienkonzept geklärt und dann umgesetzt.
- Kooperation. Wenn die eigene Einrichtung technisch noch nicht ideal ausgestattet ist, lohnt es, mit erfahrenen Organisationen im Bereich digitale Medien zu kooperieren. Warum nicht den Elternkurs zu den Regeln der Mediennutzung in der Familie im örtlichen Medienzentrum oder der Bibliothek abhalten?

→ Mehr dazu im folgenden Kapitel: Marketing

III / Das Medienkonzept / Beispiel: Hedwig Dornbusch-Schule



Medien als Mitgestalter von Familienbildung an der Hedwig Dornbusch-Schule e.V.

1. Einordnung analoger und digitaler Medien

Die Unterscheidung zwischen analog und digital ist spätestens seit Beginn der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts in aller Munde. Mit der zu diesem Zeitpunkt ausgerufenen „digitalen Revolution“ kamen die neuen Medien. „Digital“ ist mittlerweile zum Schlagwort geworden, das fast jedem Phänomen zugeordnet werden kann. Es impliziert immer „Fortschrittlichkeit“ und „Computertechnologie“. So erscheinen analoge Medien den digitalen (neuen) Medien gegenüber häufig als überholt. Vielmehr können analoge und digitale Medien aber gleichberechtigt nebeneinander stehen.

Tatsächlich führt die „digitale Revolution“ auch für unsere Arbeit in der Familienbildung zu einer zentralen Unterscheidung von digitalen Medien und analogen Medien.

Als analoge Medien bezeichnet man beispielsweise Bücher, Spielzeug, Instrumente, Präsentationen in Schriftform an Flipcharts o.ä., Handouts etc.

Zu den digitalen Medien zählen u.a. Fernseher, Spielekonsolen, Computer, Laptops, Tablets, Smartphones und alle damit einhergehenden Möglichkeiten wie z.B. das Internet, Social Media, Messengerdienste, Präsentationsmöglichkeiten oder Lernplattformen.

2. Auftrag und Verantwortung von Familienbildung an der Hedwig Dornbusch-Schule e.V.

Einhergehend mit der Digitalisierung der Gesellschaft haben die neuen Medien Einzug in das Zusammenleben von Familien erhalten. Der Stellenwert von digitalen Medien gerade in jungen Familien ist hoch und in Zukunft aus dem Familienleben wohl nicht mehr wegzudenken. Die enorme Ausbreitung digitaler Medien wird in einer deutlich zunehmenden Ausstattung mit entsprechenden Geräten und einer damit verbundenen starken Zunahme der Nutzungsdauer sichtbar. Die schnelle Bedeutungszunahme digitaler Medien und die damit einhergehende Diskussion um deren Wirkungen führen zu einer großen Verunsicherung im Umgang mit diesen Medien. Daher liegt es für uns in der Verantwortung moderner Familienbildung, in eine aktive Auseinandersetzung mit dem Thema digitale Medien zu treten.

Schon immer motivieren uns die sich ständig verändernden Bedarfe von Familien in unserer täglichen Arbeit, lassen uns als Einrichtung nicht nur lehrende, sondern auch lernende Institution sein. **Wir sehen es als Auftrag von Familienbildung, alle Mitglieder von Familie in ihrem Alltag an einen aktiven, selbstbewussten und kritischen Umgang mit digitalen Medien heranzuführen.** Daher unterstützt unser Angebot bei der Entwicklung der eigenen Medienkompetenz und vermittelt Medienerziehung als Teil der elterlichen Erziehungsaufgabe. Neben dem Wissen über Medien, ihre Chancen und Risiken und dem Wissen über die kognitive Entwicklung von Kindern brauchen Eltern häufig Handlungsanregungen. Eltern sollten ihr eigenes Medienverhalten reflektieren können, sich ihrer eigenen Vorbildrolle bewusst sein und ein entsprechendes Erziehungsverhalten bei einem altersgerechten Umgang mit digitalen Medien zeigen.

Wir wünschen uns für unser gemeinsames Erleben in der Hedwig Dornbusch-Schule e.V. Haltung im Umgang mit den digitalen Medien. Eine Haltung, die zu einem aktiven und reflektierten Umgang mit digitalen Medien führt, eine Haltung, die Familienbildung aber auch bewusst als Raum für ein gemeinsames Miteinander und Erleben von Angesicht zu Angesicht begreift. Gerade Kinder brauchen auch digitalfreie Räume und Zeiten, d.h. reale und nicht virtuelle Umgebungen, um ihre körperliche, seelische und geistige Entwicklung optimal vollenden zu können.

3. Leitlinien für einen reflektierten Umgang mit digitalen Medien an der Hedwig Dornbusch-Schule e.V.

Die Auseinandersetzung mit digitalen Medien bedeutet, Chancen zu begreifen und Grenzen zu erkennen. Wir verstehen unsere Leitlinien als Empfehlungen. Sie sollen unseren Mitarbeiter/-innen, Kursteilnehmenden und Netzwerkpartnern einerseits helfen, sich zu orientieren, andererseits sollen sie zur aktiven Auseinandersetzung mit dem Thema digitale Medien anregen.

- Der hohe Stellenwert digitaler Medien im Familienleben erfordert von Familienbildung eine Auseinandersetzung mit der Thematik. Sie fordert uns dazu auf, sich aktiv zu beteiligen und Verantwortung im medienpädagogischen Bereich zu übernehmen.
- Unsere medienpädagogischen Angebote sollen notwendige Informationen vermitteln, um die Teilnehmer/-innen in ihrer persönlichen Medienkompetenz zu stärken. Eltern sollten einen aktiven Umgang mit digitalen Medien als Teil ihrer elterlichen Erziehungsaufgabe begreifen, ihr eigenes Verhalten und das ihrer Kinder reflektieren können und sich ihrer Vorbildrolle bewusst sein. Neben konkreten Handlungsanregungen sollen Möglichkeiten zur Selbstregulation aufgezeigt werden.

- Für das Miteinander in unserem Haus empfehlen wir einen aktiven und reflektierten Umgang mit dem Thema digitale Medien und wünschen uns, Familienbildung ganz bewusst auch als Raum für ein gemeinsames Miteinander und Erleben von Angesicht zu Angesicht zu begreifen. Gerade Kinder brauchen auch digitalfreie Räume und Zeiten, d.h. reale und nicht virtuelle Umgebungen, um ihre körperliche, seelische und geistige Entwicklung optimal vollenden zu können.
- Wir sehen digitale Medien aber auch als Chance für unsere pädagogische Arbeit. Sie erweitern unsere Möglichkeiten und können, von den Kursleiterinnen und Kursleitern sinnvoll integriert, von großem Wert und Nutzen sein.
- Wir möchten das Persönlichkeitsrecht und die Daten unserer Mitarbeiter/-innen und Kursteilnehmer/-innen schützen, deshalb bitten wir alle, gerade im Bereich von Social Media und Messengerdiensten, das Persönlichkeitsrecht aller Teilnehmer/-innen – gerade auch das von Kindern – zu achten.
- Für unsere Verwaltungs- und Öffentlichkeitsarbeit setzen auch wir u.a. auf neue Medien. Wir nutzen sie zu Informationszwecken und bieten unseren Nutzerinnen und Nutzern durch sie eine Möglichkeit zur Kommunikation.
- Wir haben uns bewusst gegen das soziale Netzwerken über Facebook© oder ähnliche Dienste entschieden. Wir suchen den direkten Kontakt zu unseren Nutzerinnen und Nutzern, möchten uns mit ihnen persönlich austauschen und beraten und in ein aktives Miteinander treten. Auch tragen wir mit dieser Entscheidung dazu bei, der permanenten Interaktion und ständigen Erreichbarkeit mit Entschleunigung entgegenzutreten.

D IMPULS / MEDIENKOMPETENZ / Mechthild Appelhoff; LfM NRW

Medienkompetenz in der Familie – eine Herausforderung auch für die pädagogische Praxis

Mechthild Appelhoff, Christina Rhode, Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

Medienkompetenz ist eine gesellschaftliche Schlüsselkompetenz geworden. Sie wird auch als vierte Kulturtechnik neben dem Lesen, Schreiben und Rechnen beschrieben. Genau wie beim Erwerb dieser Kompetenzen benötigen Kinder und Jugendliche auch beim Erwerb der unterschiedlichen Ausprägungen von Medienkompetenz Unterstützung und Begleitung. So wird im 14. Kinder- und Jugendbericht darauf verwiesen, dass junge Menschen beim Aufwachsen mit dem Internet dabei unterstützt werden sollen, „zu mündigen Nutzerinnen und Nutzern heranzuwachsen, die selbstbestimmt, verantwortungsbewusst, kritisch und kreativ mit dem Medium umgehen, seine Möglichkeiten nutzen und mediale Angebote einschätzen können, sich bestehender Risiken bewusst sind und Konsequenzen des eigenen Handelns im Netz beurteilen können.“²

Digitale Medien prägen heute Gesellschaft und Familie wie nie zu vor

Alle gesellschaftlichen Lebensbereiche – Arbeit, Familie, Bildung, Freizeit und Politik – sind heute untrennbar mit Medien verschränkt. Es ist die Rede von der Mediatisierung bzw. der Digitalisierung unserer Gesellschaft. Medien sind dadurch mehr denn je zur wesentlichen Sozialisationsinstanz geworden. Im Leben von Kindern und Jugendlichen sind die Medien fest verankert: Bei den jungen Kindern spielt zwar das Fernsehgerät noch eine zentrale Rolle. Doch je älter die Kinder werden, umso bedeutender wird für sie das Internet. Bereits ein Viertel der Fünf- und Sechsjährigen sind online. Im Grundschulalter steigt die Zahl der Internetnutzer sprunghaft an. Bereits mit neun Jahren sind 80% der Kinder auch Internetnutzer. Mit 12 Jahren sind nahezu alle Heranwachsenden online. Kinder im Schulalter nutzen das Internet aufgrund mobiler Zugänge und eigener Geräte zunehmend selbstständig und damit außerhalb des elterlichen Einflussbereichs.³ Kinder und Jugendliche pflegen ihre sozialen Kontakte heute wesentlich über Medien, sie kommunizieren und interagieren heute digital und entwickeln ihre Persönlichkeit mit und über Medien.

² Vgl. 14. Kinder- und Jugendbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, S. 8.

³ Vgl. Studie Digitale Medien: Beratungs-, Handlungs- und Regulierungsbedarfe aus Elternperspektive, Deutsches Jugendinstitut e.V.

Doch nicht nur für die Kinder, sondern auch für die Eltern ist insbesondere das Smartphone allgegenwärtig. Es ist mit allen Lebensbereichen der Kinder und der Eltern, mit Hobby, Freunden und Freizeit, mit Schule und Beruf eng verknüpft. Aus der Organisation des Familienalltags ist es nicht mehr wegzudenken. Dies bedeutet zugleich, dass der Medienerziehung in der Familie, der Vermittlung von Medienkompetenz in der Familie eine wachsende Bedeutung zukommt.

Medienkompetenz bedeutet: Medien selbstbestimmt nutzen zu können

Medienkompetenz ist mehr, als Geräte und Mediendienste technisch bedienen zu können. Ein kompetenter Umgang mit Medien setzt deutlich mehr Fähigkeiten voraus. Dazu gehört auch, dass Kinder und Jugendliche lernen müssen, sich vor potentiellen Gefährdungen, die von Medien ausgehen können, zu schützen. Stichworte wie Pornographie, Cybermobbing, Datenmissbrauch, Abzocke und Medienabhängigkeit verdeutlichen die Problematik. Zugleich sollten sie in der Lage sein, sich die Bildungspotentiale der Medien zu erschließen. Lernen, der Erwerb von Wissen sind ohne eine kompetente Nutzung der digitalen Medien kaum mehr möglich. Die Frage, ob Kinder und Jugendliche kompetent mit Medien umgehen können, entscheidet heute nicht nur in hohem Maße darüber, welche Bildungschancen sich ihnen eröffnen. Die sozialen und politischen Entwicklungs- und Partizipationspotentiale, die sich den Kindern und Jugendlichen in der Gesellschaft eröffnen, hängen wesentlich von ihrer Fähigkeit ab, über mediale Kommunikations- und Interaktionsstrukturen zu agieren. Deshalb muss auch dies erlernt werden.

Viele Familien suchen Unterstützung

Für Eltern ist die Medienerziehung ihrer Kinder eine große Herausforderung. Sie nehmen diese Aufgabe an, doch suchen sie auch nach Informationen und Unterstützung durch Beratung vor Ort.⁴ Eine Pädagogik, die an der Lebensrealität von Familien ansetzt, kann diese Bedarfe, kann die zentrale Bedeutung, die heute digitale Medien im Familienalltag einnehmen, nicht ausklammern. Familienbildungsstätten müssen sich dieser Aufgabe stellen. Dies gilt umso mehr, als es gerade ihnen gelingt, Familien in ihrer großen Heterogenität mit ihren unterschiedlichen Angeboten zu erreichen. So haben allein 2015 die Familienbildungsstätten in Nordrhein-Westfalen mit ihren Angeboten 741.000 Erwachsene mit 182.000 Kindern erreicht. Diese Reichweite verdeutlicht, dass die Familienbildungsstätten durch die Vermittlung von Medien(erziehungs)kompetenzen wesentlich dazu beitragen könnten, dass möglichst viele Kinder und Jugendliche, unabhängig von ihrem sozialen Status, ihrer Herkunft oder ihrem Geschlecht die Möglichkeit erhalten, eine umfassende Medienkompetenz zu erwerben.

⁴ Vgl. Studie Digitale Medien: Beratungs-, Handlungs- und Regulierungsbedarfe aus Elternperspektive, Deutsches Jugendinstitut e.V.

Die Umsetzung dieser Aufgabe in der alltäglichen pädagogischen Praxis ist sicherlich eine große Herausforderung. Oft stehen strukturelle, organisatorische oder kompetenzbezogene Hürden im Weg. Dieser Herausforderung lässt sich jedoch leichter begegnen, wenn man Medien(erziehungs)kompetenz als Querschnittsaufgabe akzeptiert und in diesem Sinne positiv für sich nutzbar macht.

Medienkompetenz: Einfach anfangen!

Medienkompetenzförderung ist, so gesehen, keine spezifische „Sonder- oder Zusatzaufgabe“, sondern kann und sollte als „Grundhaltung“ in die eigene Institution integriert werden. Konkretes medienerzieherisches Handeln kann an andere Erziehungs- und Bildungsaufgaben anknüpfen und die Bearbeitung in den jeweiligen (Kurs-)Angeboten sogar erleichtern.

Der medienpädagogische Alltag einer Einrichtung lässt sich nicht nur mit klassischen, größeren Medienprojekten (von Fotokurs über Webseiten-Programmierung bis hin zur Video-Woche) ausgestalten. Eine stetige und nachhaltige Medienkompetenzförderung kann vielmehr im Kleinen und ganz Alltäglichen anfangen. Sie kann schon damit beginnen, dass in der Eltern-Kind-Gruppe Medien ohne Wertung zum Gegenstand eines Gesprächs gemacht werden. Selbstgemalte und an die Wand gehangene Medienhelden der Kinder und eine Vergewisserung der eigenen Medienhelden sind erste und wichtige Schritte zu einem kompetenten Umgang mit Medien.

Sowohl für die kleinen als auch für die größeren Schritte und Aktivitäten hin zur Medienkompetenzförderung in der eigenen Einrichtung bestehen in Nordrhein-Westfalen vielfältige Unterstützungsangebote durch verschiedenste Institutionen.

- Das „Medienkompetenzportal NRW“ stellt Hintergrundinformationen, eine Übersicht über relevante Akteure und Ansprechpartner/-innen und deren Angebote bereit. Im „Medienpädagogischen Atlas“ können Projektbeispiele, potentielle Partner und Netzwerke vor Ort gefunden werden.
→ www.medienkompetenzportal-nrw.de
- Medienpädagogische Informationsmaterialien für verschiedene Zielgruppen und Themen, insbesondere über die Projekte Internet ABC und klicksafe, können über die LfM kostenfrei bezogen werden.
→ www.lfm-nrw.de/publikationen
- Solche Materialien können in der eigenen Einrichtung ausgelegt werden, um die eigene „Haltung zu Medien“ nach außen zu kommunizieren, oder sie können als Gesprächsangebot dienen.
- Wer bspw. einen Elternabend zum Thema plant, findet in NRW unterstützende Strukturen.
→ www.elternundmedien.de

E KNOW-HOW (PRÄFERENZEN DER ZIELGRUPPE UND MEDIENKOMPETENZ)

Digitale Präferenzen der Zielgruppen

Quelle 1 Online-Befragung von Jugendlichen

Welche sozialen Netzwerke nutzen Jugendliche? Wie viel Zeit verbringen sie damit täglich? Was sind ihre liebsten sozialen Netzwerke und wieso? Was mögen sie besonders gern an sozialen Netzwerken? Verpasst man etwas, wenn man nicht im sozialen Netzwerk ist? Welches soziale Netzwerk ist am beliebtesten? Die Antworten hier zum Nachhören und -sehen: www.youtube.com/embed/5ykMuV4GKHY

Quelle 2 Kinder und Jugendliche online in Zahlen

Kinder (miniKIM-Studie, 2012) und Jugendliche (KIM / JIM Studien 2012): →www.mpfs.de

Quelle 3 Mütter und soziale / digitale Medien

- Die meisten Blogger sind weiblich und Mutter. Etwa die Hälfte der Blogger/-innen ist zwischen 18 und 34 Jahre alt.
- 52 % der Blogger sind Eltern mit Kindern unter 18 Jahren.
- Mütter gehen (lt. Erhebungen) online, um ... nach Rabatten zu schauen, Rezepte zu finden, Gesundheitsinformationen abzufragen, sich mit anderen Eltern auszutauschen etc.
- 70% der Mütter glauben (lt. einer Befragung), dass ihnen die Technologie helfe, bessere Mütter zu werden, mehr als die Hälfte nutzt demnach digitale Medien, um z.B. einen Geburtstag zu planen.

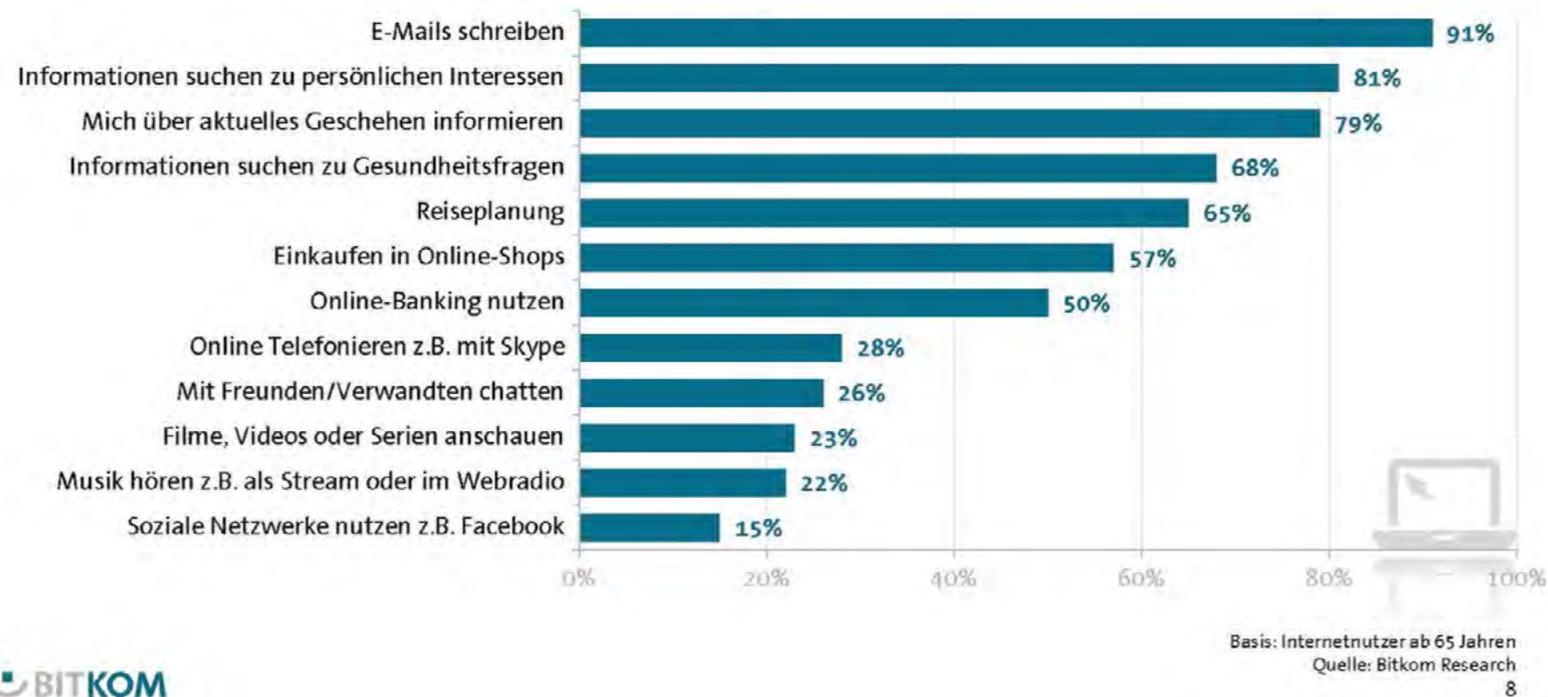
Quelle und weitere Zahlen und Fakten hier als Whitepaper zum Herunterladen:

www.punchbowl.com/trends/white-papers/moms-digital-20-stats-about-techloving-mamas

Quelle 4 Seniorinnen / Senioren: Mehr als jede/-r zweite kauft im Internet

Mehr als jeder Zweite kauft Waren im Internet

Was machen Sie zumindest ab und zu im Internet?



Medienkompetenzförderung

Die Leitbilder der LfM zur Förderung der Medienkompetenz stellen die weitreichenden Dimensionen und Gründe der Medienkompetenzförderung dar.

→ www.lfm-nrw.de/medienkompetenz/hintergrund/leitbild.html

Medienpädagogische Materialien für verschiedene Zielgruppen und Themen (kostenfrei)

→ www.lfm-nrw.de/publikationen

Unterstützung bei der Themenplanung und Elternarbeit

→ www.elternundmedien.de

Weiterbildungsreihe für Fachkräfte der Jugendhilfe im Rahmen der „Initiative Medienpass NRW“ bietet die AG Kinder- und Jugendschutz NRW (AJS)

→ www.ajs.nrw.de

„Medienkompetenzportal NRW“ (Hintergrundinformationen, Übersicht über relevante Akteure und Ansprechpartner/-innen und deren Angebote, Projektbeispiele, potentielle Partner und Netzwerke)

→ www.medienkompetenzportal-nrw.de

3_keep in touch – digitales Marketing

- A TOP FIVE in 345 Worten
- B INFOTHEK (LINKS; INFOS; INPUT ZU MARKETING UND KOMMUNIKATION)
- C THEMENSPEICHER #familie (IDEEN; PILOTEN; LEUCHTTÜRME)
- D IMPULS / „RAUSGEHEN UND VERKÜNDIGER WERDEN!“ / Jona Hölderle, pluralog, Berlin
- E KNOW-HOW (MARKETING)



A TOP FIVE in 345 Worten

[1]

Die Fortführung des Programmheftes mit anderen Mitteln. Über Printwerbung, Flyer, Plakate oder Programmhefte erreichen Sie nach wie vor die, die nah am Ort sind und die Ihre Angebote schon kennen. Das geht auch online: via Facebook Kontakt aufnehmen, Rat geben, Menschen binden. Social Media Marketing, Online-Anmeldung oder Newsletter zur Kundenbindung sind denkbare Kanäle. Familienbildung ist nicht länger an Ort und Papier gebunden.

[2]

Rausgehen und gesehen werden. Wer zusätzlich digitale Medien nutzt, kann Kundinnen und Kunden erreichen, die noch nicht – oder in Zukunft – nicht mehr erreicht werden. „Werden Sie Verkündiger, gehen Sie aus sich raus“, empfiehlt Jona Hölderle in seinem Impuls-Vortrag bei der Novembertagung der LAGen der Familienbildung NRW. Werbung für Bildung? Warum nicht. Die digitalen Kanäle sind vorhanden. Auf der eigenen Internetseite fallen die richtigen Stichworte, damit Sie und Ihr Angebot gefunden werden. Suchmaschinenoptimierung ist der erste Schritt, damit man zielgenau die erreicht, die schon wissen, was sie wollen.

[3]

Alter 30/35, hat Kinder, wohnt in der Großstadt, Interesse an Vater-Kind-Kursen. Bei uns? Als Familienbildung kennen Sie die Interessen dieser Zielgruppe. Jetzt ist die Marketing-Frage: Warum hat die noch nicht von den Eltern-Kind-Kursen erfahren? Und wie kann man solche Interessenten zukünftig besser erreichen? Digitales Marketing stellt dieselben Fragen und gibt neue Antworten – nicht nur via Facebook.

[4]

Andere Kanäle, gleicher Inhalt? So nicht. Social Media funktioniert nicht auf Knopfdruck. Hohe Klickraten, lange Verweildauer und virales Marketing sind keine Selbstläufer, bloß weil man online unterwegs ist. Damit etwas viral geht, müssen Themen, Geschichten, Kontakt – kurzum: Kommunikation – angeboten werden. Empfehlen Sie sich und Ihr Angebot! Wie's geht, hat man schnell raus, wenn man sich umsieht, wie es die anderen machen.



(5)

Das kann ans eigene Selbstverständnis gehen. Wenn die Präsentation der Suchlogik von jungen Familien folgt, ändert sich – vielleicht – mehr als die bloße Form. Kann Familienbildung Anbieter von Veranstaltungen bleiben oder wird sie vor Ort zum thematischen Zentrum für gewisse Zielgruppen und Themen, wie Angebote für Mütter, Rezepte fürs Familienkochen oder Tipps für den Erziehungsalltag? Bleiben Sie im Gespräch mit Ihrem Team und klären Sie solche Entwicklungen gelassen und selbstbewusst.



B INFOTHEK (LINKS; INFOS; INPUT ZU MARKETING UND KOMMUNIKATION)

Marketing / damit Angebot und Nachfrage zueinander finden

Die klassischen Marketingziele gelten auch fürs digitale Marketing:

Es geht darum,

- den Kundinnen/Kunden besten Service zu bieten,
- neue Kundinnen/Kunden zu gewinnen,
- Bindung aufzubauen und zu erhalten,
- Informationen und nützliche Inhalte anzubieten
- und die eigene Bekanntheit zu steigern.

Neue Besucher/-innen findet und bindet man, indem man:

- interessante Inhalte für die Zielgruppe bietet,
- die eigene Homepage nutzerfreundlich macht und für Suchmaschinen optimiert,
- eigene Angebote und Inhalte crossmedial verlinkt und eine Social Media Strategie entwickelt,
- ggf. Anzeigen in Suchmaschinen oder als Display-Anzeigen schaltet.

VIER Strategiebereiche für die Umsetzung

EINS / Die bestmögliche, einfach zu nutzende Website haben!

In der Regel wird das Internet genutzt, um ein Informationsbedürfnis zu stillen. Jeder Besuch der Website geht auf eine konkrete Nachfrage des Besuchers zurück. Wer diese Besucher/-innen erreichen will, orientiert sich klar an ihren Bedürfnissen; optimiert seine Seiten für Suchmaschinen, z.B. indem die wichtigsten Themen terminunabhängige Landingpages¹ haben; verlinkt seine Website mit anderen Materialien crossmedial; und bewirbt vielleicht sogar das ein oder andere Angebot mit Bannern oder Anzeigen. Die Nachfrageoptimierung der Website ist eine Kernaufgabe, die sich aus den Nutzerzahlen ergibt:

Wie und woher kommen Besucher/-innen auf Websites?

- 45 % Suche bzw. Suchmaschine
- 25 % Verlinkung
- 20 % direkt
- 10 % via Werbung

Relevante Inhalte, Botschaften, Nachrichten ...

... sind eng entlang der Interessen der Zielgruppe (= aktuelle Nutzergruppe, mit potentiellen weiteren Nutzerinnen/Nutzern im Blick) zu planen. Die Leitfragen dazu:

- Was interessiert unsere Zielgruppe?
- Was wird gesucht?
- Was bietet niemand anderes?
- Was bringt Mehrwert?
- Welche Inhalte können wir außerdem anbieten?

¹ Hier gibt es einen empfehlenswerten Überblicksartikel zu Struktur und Idee von Landingpages: <https://www.seosweet.de/blog/2013/08/06/was-ist-eine-landingpage-seo-grundlagen/>

Gut strukturierte Inhalte ...

... sind gut für die Leser/-innen und Nutzer/-innen – und gut für die Suchmaschinen.

Ein fehlerfreier Seitenaufbau, inklusive aller internen Verlinkungen, sorgt für schnelle Seitenaufrufe. Geschwindigkeit ist ein Kernkriterium für Nutzer/-innen, das darüber entscheidet, ob sie bleiben oder weiterklicken. Daher gelten die Grundregeln:

- Die richtigen Seiten verlinken (und regelmäßig überprüfen, ob noch alles funktioniert).
- Linktexte richtig wählen.
- Wichtiges nach oben! (Leitfrage vorab klären: Welche Seiten sind uns besonders wichtig?)
- Wichtiges verlinken / mehrfach anbieten, z.B. über Aktions-Buttons.

Technisch einwandfreier Content

Suchmaschinen richten sich vor allem nach systematisch gelisteten Schlagworten. Die richtige Anordnung im Header ist dafür wichtig. Sprechen Sie mit dem IT-Support Ihrer Organisation über Header, Titel, Untertitel, Keywords und Linkbuilding. Ggf. ist externe Dienstleistung für die nachhaltige Verbesserung der Systematik eine gute Investition.

seo = search engine optimizing / Suchmaschinenoptimierung ...

... kann dazu beitragen, dass die eigene Einrichtung via Suchmaschine besser gefunden wird und auf den ersten Trefferplatzierungen landet. Branchenführer Google hat zu den Prinzipien des SEO ein Dossier herausgegeben, in dem Begriffe und technische Abläufe erläutert werden:

static.googleusercontent.com/media/www.google.de/de/de/webmasters/docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf

Ihre Homepage: So nutzerfreundlich wie möglich!

Bei der Gestaltung der Website

- Erst Konzept, Funktionen, Nutzerführung und technische Anforderungen klären, dann das Design entscheiden!
- Nicht in DIN A4-Ausdrucken denken.
- Anpassung von Farben, Schriften und Logos sind erste einfache Umsetzungsmöglichkeiten.
- Können Sie mit einem vorgegebenen Layout starten und dieses an Ihre Bedürfnisse anpassen? Das ist kostengünstiger, als ein vollständig neues Layout oder Konzept zu beauftragen.

Nutzerführung: Möglichst einfach und zu den wichtigsten Seiten. So geht's:

- wenige Menüpunkte (Faustregel: Nicht weniger als fünf, nicht mehr als sieben.)
- tote Enden vermeiden (Zurück-Buttons anbieten)
- zusätzlich zum Hauptmenü verschiedene Navigationsmöglichkeiten anbieten (z.B. Aktuell-Button, Aktionsflächen, Handlungsaufforderungen)

Mobiles Wachstum kennen und einplanen.

Aktuelle Informationen zu Termin, Kontakt, Zu- oder Absage im Kursgeschehen werden mobil abgefragt. Ohne Optimierung für mobile Endgeräte geht es nicht mehr. Moderne Websites passen sich im Design „responsiv“ der Größe des Bildschirms an.

Testen! Haben Sie beispielhafte Besucher/-innen?

Befragen Sie während oder nach dem Relaunch die Besucher/-innen, für die die Homepage gedacht ist. Ist dies nicht möglich, können hilfsweise so genannte Persona, beispielhafte Benutzer/-innen der Website, ermittelt werden, damit die Benutzerführung für alle optimiert wird.



ZWEI / Online-PR

Während die klassische Pressearbeit für viele Einrichtungen selbstverständlich ist, fehlt ein Online-PR-Konzept meist vollständig. Dabei ist beispielsweise eine Online-Empfehlung mittels Verlinkung besonders wirksam. Neue Interessierte werden seriös über das Angebot der Einrichtung informiert – nicht durch direkte Reklame, sondern durch einen werblichen Empfehlungsmechanismus. Einrichtungen der Familienbildung pflegen daher auch online Beziehungen, empfehlen gute Inhalte ihrerseits und bitten umgekehrt passende Websites um Verlinkung.

Verlinkbare Inhalte schaffen: Welche haben wir?

- Bilder & Texte, die von anderen verwendet werden können, wenn im Gegenzug der Link zur Familienbildungsstätte gesetzt wird
- PR & Blogger-Relations
- Materialien und Tipps, die verlinkt werden

Freunde finden / Verlinkungen besorgen: Welche Seiten sollten uns verlinken?

- Partnerseiten fragen
- Untergliederungen in die Pflicht nehmen
- ggf. Banneraktionen

Mehr als nur die Stichwortsuche bei Google – PR in eigener Sache Einträge und Präsenz in:

- Bewertungsportalen
- Kartendiensten
- Veranstaltungskalendern
- Kultur- und Touristen-Apps

ONLINE UND FACEBOOK-NUTZUNG /

55,6 MIO. MENSCHEN IN DEUTSCHLAND SIND ONLINER /
51 % DAVON SIND FACEBOOK NUTZER/-INNEN. BESON-
DERS AKTIV IST DIE NUTZERGRUPPE DER 18–45-JÄHRIGEN.

QUELLE: ARD / ZDF ONLINESTUDIE 2014 /

WWW.ARD-ZDF-ONLINESTUDIE.DE/

DREI / Kontakte pflegen: Social Media

Soziale Medien eignen sich, um Markenbekanntheit aufzubauen, Vertrauen zu schaffen, Community zu stärken, sich zu vernetzen oder um zielgruppengenau Werbung zu platzieren. Oft buchen zufriedene Teilnehmende weitere Kursangebote der Familienbildung. Im Marketing sind zufriedene Kunden „warme“ Kontakte, die man aktiv pflegen sollte, denn sie können Multiplikatoren im eigenen Freundes- und Bekanntenkreis sein. Mittels Newsletter und Social Media-Aktivitäten bleiben sie auf dem Laufenden und manchmal entwickeln sich dauerhafte Beziehungen zwischen Einrichtung und Kundschaft.

Welche Inhalte stehen außer der reinen Kursankündigung zur Verfügung? Feedback zum neuen Homepage-Design; Feedback von Stammkunden; Neues in eigener Sache; interessante aktuelle Meldungen, Zahlen, Fakten, die zum Profil, Angebot oder zur Zielgruppe von Familienbildung passen; Berichte aus Kursangeboten mit Blog-Charakter (passt zu Facebook); Appetizer aus den Kursen (kleine Yogaübung für den Frühstart; Anregung für die Familienküche; Erziehungsfrage des Monats etc.)

Tipps für eine praktikable Facebook-Bestückung:

Diverse Newsletter abonnieren, interessanteste Punkte / Studien / Links herausgreifen, mit kurzem Text versehen und Links posten. Solche Newsletter können gesammelt durchgesehen werden, das verringert den Zeitaufwand. Evtl. auf streitbare / provokante Themen verzichten, um Betreuungsaufwand von Shitstorms oder kritischen Kommentaren zu reduzieren. Relevant ist bei Facebook v. a. das Gefühl der Fans, in Kontakt zu sein, de facto gibt es oft nur sehr wenig Interaktion. Es gibt keinen Zwang, täglich zu posten! Besser wenige, aber qualitativ hochwertige Posts absetzen.

Tipp:

Auf Facebook auf Werbung für Kursangebote verzichten (Reklame nervt!). Besser ist es, Unterhaltsames zu teilen (möglichst immer mit Bild / Film) und positive Bindung und Assoziationen mit der Einrichtung hervorzurufen (Logo wird gesehen, Einrichtung ist bei Facebook-Nutzern präsent).

Fotos (auch aus Kursen und Veranstaltungen), Grafiken, Bilder ...



Jede Form der Visualisierung erzeugt in den digitalen und sozialen Medien größere Aufmerksamkeit als die reine Textankündigung. Beschäftigen Sie sich grundsätzlich mit den Möglichkeiten, Kurse und Inhalte zu bebildern.

Social Media / Strategiefragen

Welche Medien sollen eingesetzt bzw. bespielt werden?

Das Leitmedium festlegen und z.B. erst neue Informationen für die Homepage aufbereiten und einstellen, dann daraus Facebook Postings machen. Wenn noch Zeit ist, ggf. einen Tweet absetzen und im Themenspeicher (sofern brauchbar) beim nächsten Newsletter einsetzen. In der Praxis ändert sich auf diese Weise der gewohnte Informationsfluss der Öffentlichkeitsarbeit:

Neuer Kurs?

1. Kurs-Beschreibung und Anmeldung gehen auf die Website, werden im Flyer oder / und in der Zeitung veröffentlicht,
2. dann auf Facebook gepostet
(→ vgl. Facebook praktikabel bestücken)
3. ggf. zu Google+
4. falls Foto vorhanden: pinterest

Klären Sie den Workflow Ihrer digitalen Öffentlichkeitsarbeit: Wer liefert wem welchen Inhalt?

- Wer ist für was verantwortlich?
- Wer ist für was zuständig?
- Wer tut was?
- Wann?
- Wie oft?
- Wie lang?
- Wie?
- Wo?

LINKTIPP / Arbeitshilfe Social Media Strategie



Zum Ausdrucken auf DIN A3 bietet Jona Hölderle, Referent für die LAGen der Familienbildung NRW, eine Arbeitshilfe, die Leitfragen bündelt und die Notwendigkeiten einer Social Media Strategie zeigt. Anschaulich!
pluralog.de/vorlage-social-media-strategie/

VIER / Newsletter zur Kundenbindung nutzen

Newsletter haben eine durchschnittliche Öffnungsrate von bis zu 30 %. Eine E-Mail ist außerdem „pushy“: Sie geben den Impuls und können die genau richtigen Zeitpunkte wählen (Kälteeinbruch, Weihnachten, Muttertag, neues Programm etc.). Schreiben Sie, wenn möglich, immer als Einrichtungsleiter/-in. Das wirkt persönlicher. Teilen Sie vorab die Häufigkeit mit (z.B. 4 Mal im Jahr). Sorgen Sie für thematische Ordnung. Fragen Sie ggf. nach Feedback. So geht's:

Verteiler aufbauen

- Motto: Build your Community before you need it.
- Bei Öffnungsraten von → 30 % und weit geringeren Response-Raten sollte der Verteiler groß sein.
- Double-Opt-in² beachten

² Opt-in beschreibt ein Verfahren der ausdrücklichen Zustimmung des Endverbrauchers zu einer Werbekontaktaufnahme (z.B. zur Aufnahme in eine Newsletter-Mailingliste). Bei einem Double-Opt-in-Verfahren wird die Zustimmung in einem zweiten Schritt explizit erteilt.

Möglichkeiten für Verteileraufbau

- Newsletter bewerben
- Opt-in bei anderen Formularen
- Gewinnspiele
- Petitionen
- Bestellungen
- Downloads
- Face-to-Face / direkte Ansprache

Newsletter schreiben

- Schreiben Sie an echte Personen (möglichst ansprechend – auf die Zielgruppe bezogen; persönlich formulieren; Anschreiben darf nicht automatisiert aussehen; Empfänger immer namentlich ansprechen).
- Achten Sie auf aktuellen Betreff und Absender.
- Vergessen Sie nicht, vor der ersten Aussendung (!) nach der Zustimmung zu fragen.
- Fokussieren Sie sich auf ein Thema oder roten Faden.
- Fragen Sie sich, warum Empfänger/-innen Ihre E-Mail gerade jetzt / heute lesen sollen – Ihre Texte werden dadurch klarer.

Newsletter-Inhalte

Aktuelle neue Angebote, politische Neuerungen, storytelling bei besonderen Veranstaltungen / Entwicklungen (Links zu Homepage ergänzend immer dazu). Das „Anteasen“ im Newsletter erfolgt u.a. über eine thematische Betreffzeile (Newsletter nicht einfach durchnummerieren!).

Bilder vorhanden? Unbedingt nutzen! Übersichtlich und kurz bleiben: Hauptinformationen sollten beim Öffnen auf der Startseite sichtbar sein. Zielgruppe beachten / Wer ist im Verteiler? Werden unterschiedliche Verteiler benötigt? Auch hier: Zuständigkeiten im Team klären.

Zeitabstände klären

Welcher Rhythmus ist sinnvoll für welches Medium und welchen Inhalt? Was ist machbar?

Newsletter-Tools nutzen?

Externe Anbieter bieten komfortable und oft sehr preisgünstige Programme. Vorteil: Es gibt keine Verwechslungen mehr zwischen der Kundendatei und der der Newsletter-Abonnenten. Gestaltungsmöglichkeiten sind groß. Auswertungs- und Analysetools bieten zusätzliche Möglichkeit, die Qualität der eigenen Aussendung zu prüfen.

→ ein aktueller Vergleich der Anbieter: t3n.de/magazin/marktuebersicht-newsletter-tools-238239/

Erfolg ist messbar: Tracking-Analyse

Das Verhalten von Besucherinnen und Besuchern, welche Punkte sie auf Ihrer Homepage ansteuern, wo sie verweilen und wie lange – alles zum Benutzerfluss erfahren Sie über das Analyse-Tool Ihres Internetproviders. Es zeigt Ihnen, welche Seiten von Ihren Kundinnen und Kunden besonders oft und auf welchen Wegen angesteuert werden. So bekommen Sie wertvolle Hinweise, ob Ihre Bemühungen verstanden werden und wo Sie mehr Resonanz erzeugen können.

C THEMENSPEICHER #familie (IDEEN; PILOTEN; LEUCHTTÜRME)

5 x Marketing in der Erprobung

Vier Fragen eignen sich zur Klärung, ob und welche Aktivitäten sich für die eigene Organisation lohnen können:

- Wo Sind unsere Zielgruppen unterwegs?
- Können wir diesen etwas bieten?
- Erreichen wir damit etwas, das förderlich ist für unsere Organisationsziele?
- Können wir das leisten? / Rechnet sich das?

Hier Antworten auf diese Fragen von den Familienbildungsstätten des Deutschen Roten Kreuzes Neuss und Rhein-Sieg, der Kath. Familienbildung Bonn sowie der Familienbildung der Arbeiterwohlfahrt Duisburg:

(1) Serviceorientiert: Anmeldung ohne Umwege

Auf der Homepage sollte man sich umschauen, die Kurse sichten, neugierig werden, erfahren, wie viele Plätze noch frei sind, und sich gleich online anmelden. Jüngere Eltern erwarten das. Man guckt am Wochenende auf der Couch sitzend auf dem Tablet nach einem Kursinhalt (nicht nach einer bestimmten Familienbildungsstätte). Die Möglichkeit, sich online anzumelden, bietet den Service, sich entspannt und in freier Zeit mit den Angeboten zu beschäftigen, sich zu entscheiden und ggf. abschließend zu bestellen. Direkter Marketingeffekt: Die Präsentation der Kurse wird ansprechender, Texte werden werblicher und direkter. Wenn man erreichen will, dass der Kauf-Button geklickt werden soll, nennt man ohne Umwege Botschaft, Nutzen und Effekt des Angebots. Auch visuell werden automatisch stärkere Anreize gesetzt. Dort, wo Online-Anmeldung – oder Kursbuchung im Webshop – bereits möglich ist, zeigt sich: 70% der Anmeldungen werden online getätigt. Der direkte Buchungsvorgang spart analoge Bearbeitungsvorgänge, die bislang Standard sind.

Konkurrenzsituation beachten! Die Bindungen an bestimmte Organisationen gibt es so nicht mehr. Im Wettbewerb mit den anderen Anbietern (die von den Kunden als gleichwertig angesehen werden) geht es darum, den Zugang so komfortabel wie möglich zu machen.

→ zum neuen Webshop der Arbeiterwohlfahrt Duisburg: www.awo-duisburg.de/familie-und-jugend/familienbildung/kurse-der-familienbildung

(2) Präsentation: die Homepage als Schaufenster

Ansprache und Präsentation auf der Homepage sind zentral, wenn es um Kundengewinnung und -bindung geht. 1/3 der Anmeldungen kommt über das Internet, 1/3 über persönliche Empfehlungen, 1/3 über das gedruckte Programm. Digitale Kanäle sind ein wesentliches Marketinginstrument geworden. Oft wurde die Homepage besucht, bevor die telefonische Anmeldung erfolgt. Die Präsentation dort muss so überzeugend sein, dass die Anmeldung folgt.

TIPP: Schreibwerkstatt lohnt sich!

Lesegewohnheiten haben sich mit der Verbreitung digitaler Medien verändert. Gedruckte Texte werden mittlerweile weniger gelesen als gescannt. Schreiben ohne Umschweife, ohne Füllwörter ist die Grundregel beim Texten im Netz. Starke Verben und Cliffhanger sorgen für Spannung; gute Überschriften, am besten knapp, aber prägnant, binden Aufmerksamkeit.

Vorteil: Es darf sprachlich gern spontaner und „umgangssprachlicher“ sein.

→ Eine Schreibwerkstatt gehört auf die To-do-Liste!

(4) Gesucht & gefunden: Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Dieses Problem haben einige Familienbildungsstätten: Oft sind sie als Unterseiten der Trägerorganisation zu finden und nicht eigenständig. Google sucht aber eher Originalseiten als abgeleitete Seiten. Für die digitale Sichtbarkeit kommt es also darauf an, zu wissen, wie man dennoch bei den Treffern berücksichtigt wird, wenn z.B. nach einem Kurs gesucht wird. Schlagworte zu den (von den Kunden gesuchten) Inhalten gehören in so einem Fall auf die Startseite.

Wichtig: Die Ausdrücke benutzen, mit denen tatsächlich gesucht wird. Also nicht „Eltern-Kind-Spielgruppe“, sondern „Krabbelgruppe“.

→ SEO-Kurs besuchen und Verbesserungspotential der eigenen Subdomain klären!

(5) Alltagskontakte: Soziale Medien, zum Beispiel Facebook

Aus dem Leben der Familienbildungseinrichtung zu berichten oder auf emotionale Aspekte aus der Arbeit anspielen – Facebook bietet solche Möglichkeiten. Ein einfach gemachtes Handyvideo vom Martinszug im November generiert Aufmerksamkeit. Oder: ein Bild von der Übergabe der Zertifikate an die fortgebildeten Betreuungskräfte beim Bürgermeister, versehen mit einfachem Kommentar („Schön war’s beim Rat der Stadt gestern ...“). Gerade für Randnotizen, Geschichten, Gedanken, Einschätzungen, Empfehlungen etc. ist Facebook der Ort. Gelegentlich kann man auch besonders interessante, neue Kursangebote mit wenigen Sätzen bewerben. Auf die Dosis kommt es hier an. Facebook ist kein Schaufenster und kein Verkaufsraum. Der Ort dafür ist die eher nüchtern, statische Homepage. In sozialen Medien gilt die Regel: Wer will schon mit einer Organisation befreundet sein?

Vorteil: Wer die Facebookseite der Familienbildung abonniert und nicht nur „liked“, wird regelmäßig informiert über Neues auf der Seite. Das ist ein wesentlicher Unterschied zur Homepage, die aktiv selbst aufgerufen werden muss.

TIPP:

Facebook lohnt sich (nur), wenn man jemanden im Team hat, der fotografiert und visuell denkt. Nachrichten ohne Bilder generieren die geringste Aufmerksamkeit, auf Platz zwei der Zugriffe liegt „Bild mit Text“; auf Platz eins ganz eindeutig Filme oder eingebettete Youtube-Videos.

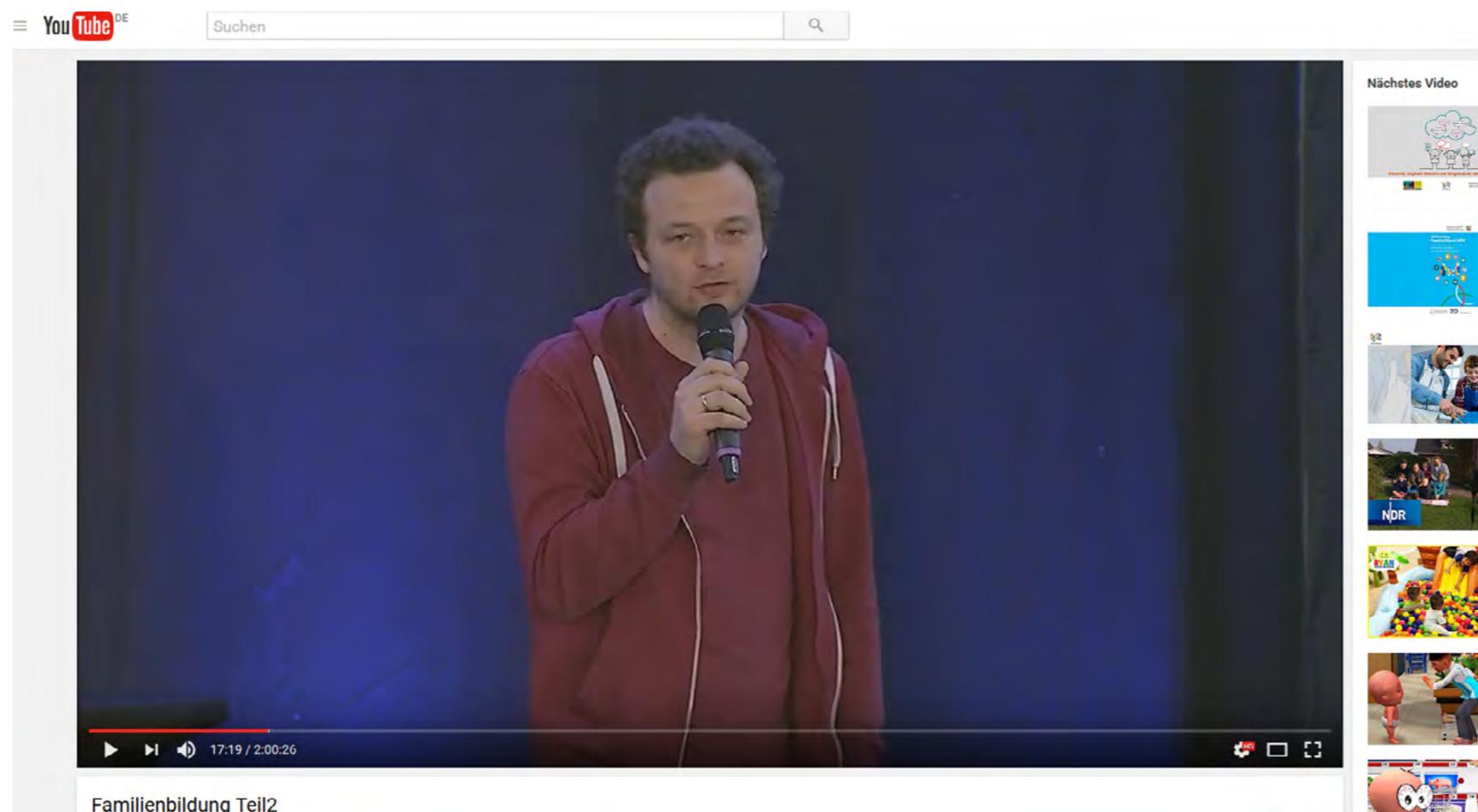
→ zum Beispiel: www.facebook.com/familienbildungsstaette.bonn/



D IMPULS / „RAUSGEHEN UND VERKÜNDIGER WERDEN!“ / Jona Hölderle, pluralog, Berlin

Werbung für Familienbildung

Leitgedanken zum Marketing in Familienbildungsstätten erläuterte Jona Hölderle / pluralog, Berlin, als Referent für die LAGen der Familienbildung NRW auf der Fachtagung am 22.11.2016. Hier zum Nachhören und -sehen: tinyurl.com/k45ytso



The image shows a YouTube video player interface. The main video frame displays a man in a maroon hoodie speaking into a microphone on a stage. The video player includes a search bar at the top with the text 'Suchen', a progress bar at the bottom showing '17:19 / 2:00:26', and a 'Nächstes Video' (Next Video) sidebar on the right with several video thumbnails. The video title below the player is 'Familienbildung Teil2'.

Start bei → 17:00 Min

E KNOW-HOW (MARKETING)

Landingpages

ein Überblicksartikel zu Struktur und Idee:

www.seosweet.de/blog/2013/08/06/was-ist-eine-landingpage-seo-grundlagen/

Suchmaschinenoptimierung / seo = search engine optimizing

Google-Dossier zu SEO: static.googleusercontent.com/media/www.google.de/de/de/webmasters/docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf

ARD / ZDF Onlinestudie 2014:

www.ard-zdf-onlinestudie.de/

Social Media Strategie

Arbeitshilfe von Jona Hölderle, Referent der LAGen der Familienbildung NRW, mit strategischen Leitfragen: pluralog.de/vorlage-social-media-strategie/

Newsletter-Tools

Ein aktueller Vergleich der Anbieter:

t3n.de/magazin/marktuebersicht-newsletter-tools-238239/

Tracking-Analyse

Nutzerverhalten erkennen und auswerten:

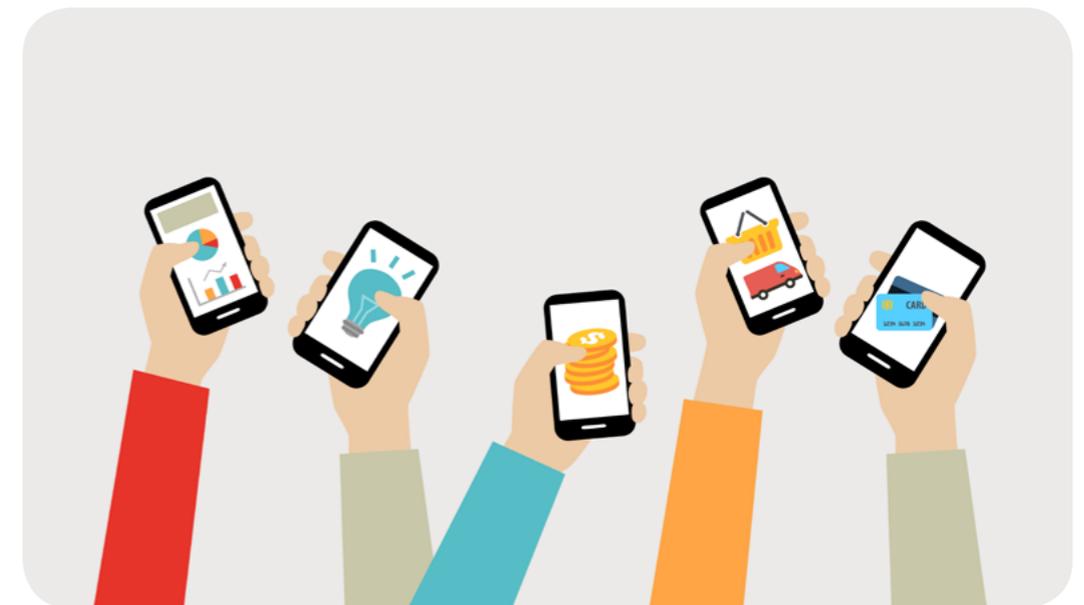
de.wikipedia.org/wiki/Web_Analytics#Methoden

Marketing in Familienbildungsstätten

Vortrag von Jona Hölderle / pluralog, Berlin, auf der Fachtagung am 22.11.2016 zum Nachhören und -sehen tinyurl.com/k45ytso

4_learn to play – Medienpädagogik

- A TOP FIVE in 5 Botschaften
- B INFOTHEK (LINKS; INFOS; INPUT MEDIENPÄDAGOGIK)
- C THEMENSPEICHER #familie (IDEEN; PILOTEN; LEUCHTTÜRME)
- D IMPULSE / MEDIENERZIEHUNG IN DER FAMILIE, Gisela Schubert /
WIE VIEL INTERNET UND GAMING IST ZU VIEL?, Matthias Brand
- E KNOW-HOW (MEDIENPÄDAGOGIK)



A TOP FIVE in 5 Botschaften

[1]

Mediennutzung ist Erziehungsaufgabe. Digitale Medien binden immer die volle Aufmerksamkeit. Sie regeln und drosseln sich nicht „von selbst“, schalten sich nicht von alleine ab. Kinder können weder bewusst auswählen, was ihrem Entwicklungsstand entspricht, noch „abschalten“, wenn es eigentlich gut wäre. Das müssen die Eltern übernehmen und sie sollten von diesem Auftrag wissen.

[2]

Die Vielfalt in den Blick nehmen. Medien sind Bücher, Comics, Gameboy, Radio, Fernsehen, CDs, manchmal sogar noch Kassetten oder Schallplatten, Zeitschriften, Mangas, Computer, Konsolenspiele, PC-Spiele, Video / DVD, Smartphones, Kino, Internet, Tablets ... Vielfalt bieten auch Fühl-, Geräusche- und Bilderbücher, Hörgeschichten, Musik-CDs und Kinderreime ... Kein Medium ist schädlich, wenn Eltern ihre Kinder bei der Nutzung begleiten. Eine offene Haltung empfiehlt sich. Verbote setzen einseitige Reize.

[3]

Auf die Balance kommt es an. Kinder brauchen neben Medienkompetenz auch Zeit für die nicht-mediale Inhalte wie Sport, Langeweile und Freunde treffen. Ohne Auseinandersetzung mit inhaltlichem und zeitlichem Umfang geht Medienerziehung in der Familie nicht. Eltern haben die Rolle der freundlichen Begrenzer und wünschen sich Unterstützung bei den Konflikten, die unausweichlich sind, wenn ältere Geschwister da sind – oder Freunde der Kinder, die zu Hause angeblich alles dürfen.



(4)

Eltern sind Vorbilder. Kinder orientieren sich an dem, was für ihre Eltern gilt. Wer für jede Whatsapp das Spiel unterbricht und nebenbei immerzu das Neueste checkt, sendet deutliche Signale – vielleicht ohne es zu wissen. Mediale Sozialisation geschieht zunächst und prägend in der Familie. Die weitere Umgebung von Kindergarten, Schule und Freundeskreis kommt später dazu. Gut, wenn Kinder und Eltern dann schon einen Schritt weiter sind und eigene Entscheidungen getroffen haben.

(5)

Medienwelten haben sich verändert – der Spaß ist gleich groß geblieben. Wer mit der Flipperhupe, der Melodie von Löwenzahn oder den erklärenden Szenen der WDR-Maus groß geworden ist, weiß, wovon hier die Rede ist. Die eigene Medienbiographie taugt für den selbstkritischen Vergleich. Auf der LAN-Party können Eltern erfahren, was ihren Kindern und Jugendlichen beim Spielen so viel Spaß macht.

B INFOTHEK (LINKS; INFOS; INPUT ZUR MEDIENPÄDAGOGIK)

Acht häufig gestellte Fragen zur Mediennutzung im Kinderzimmer

FAQ_1:

Was ist angemessen? Wie lange kann / darf ein Kind Medien nutzen?

Kinder brauchen auch klare Regeln bei der Mediennutzung. Diese festzulegen, liegt in der Hand der Eltern und ist vom individuellen Entwicklungsstand des Kindes abhängig. Johannes Wentzel, Referent der LAGen der Familienbildung und Gründer von Nethex, Münster, empfiehlt folgende Richtwerte:

- bis 5 Jahren: bis eine halbe Stunde am Tag
- 6–9 Jahre: bis zu einer Stunde am Tag
- ab 10 Jahren: rd. 9 Stunden pro Woche

Als andere Orientierung gilt ein Limit der Medienzeit von 10 Minuten pro Lebensjahr am Tag oder 1 Stunde pro Lebensjahr in der Woche. Für Kinder ab 10 Jahren bietet sich ein Wochenkontingent an, das sich Kinder ähnlich wie beim Taschengeld zunehmend selbstständig einteilen können.

Zeitangaben zur Dauer von Mediennutzung sind immer nur eine Richtschnur. Die Eltern bleiben Expertinnen und Experten für ihr Kind. Auch wichtig: Medienfreie Zeiten gestalten!

→ www.schau-hin.info (Kooperationsverbund aus Bundesfamilienministerium, ÖRR / Das Erste und ZDF / Programmzeitschrift TV SPIELFILM, bietet seit 2003 Tipps und Empfehlungen, um Kinder im Umgang mit Medien zu stärken.)

→ Empfehlungen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
www.bzga.de/botmed_20281000.html (Broschüre „Gut Hinsehen und Zuhören!“ kostenlos online bestellbar)

FAQ_2:

Wie lernen Kinder Regeln für die Mediennutzung?

Brainstorming und erste Ideen:

- **Regeln setzen.** Auch wenn Kinder ggf. anderes wünschen: Mediennutzung ist Erziehungsaufgabe.
- **Reflektieren.** Wo sehe ich mich und meine Kinder, wenn es um die Nutzung der unterschiedlichen Medien geht? Wie gehe ich verantwortungsvoll damit um?
- **Tandemregel:** Gemeinsame App-Nutzung mit Kindern (Vater-Mutter-Kind-App) – möglichst immer in Kombination mit anschließend rausgehen / bewegen / auf Baum klettern / Spielplatz...
- **Einüben,** mit Medien umzugehen! Auf die Balance zwischen Nutzung von Medien und medienfreien Räumen kommt es an.
- **Kinder fernsehen lassen,** aber ... möglichst kein abgespecktes Erwachsenenprogramm, sondern ausgewählte Kinderprogramme, die altersgerecht sind und auf das jeweilige Kind angepasst.
- **Nacherzählen lassen!** Zu einem Medienerlebnis ein Bild malen lassen etc.
- **Mediennutzung** vereinbaren, zum Beispiel...

... mit einem Medienstundenplan eine gezielte Auswahl bei den digitalen Angeboten und Zeiten für das Kind treffen; trainieren, sich an Zeiten und Absprachen beim Medienkonsum zu halten. Gibt es genügend nicht-medialen Ausgleich?

→ Vorlage zum Download: www.schau-hin.info/fileadmin/content/downloadcenter/Medienstundenplan/ISH-W-014_Neuaufgabe_Medienstundenplan_150812.pdf

... mit einem Mediennutzungsvertrag Regeln festschreiben, mit denen beide Seiten (Eltern und Kind) einverstanden sind; dem Alter angepasst können diese später überarbeitet werden.

→ Ein Tutorial zum Mediennutzungsvertrag sowie Informationen dazu, wie vereinbarte Nutzung hilft, Streit und Diskussionen zu vermeiden, findet sich auf der Startseite:
www.mediennutzungsvertrag.de/

FAQ_3:**Welche Medien gehören ins Kinderzimmer?**

Medien-Nutzung folgt immer den Kompetenzen und wachsenden Bedürfnissen der Kinder: Sinneskompetenz & Medienkompetenz gehen Hand in Hand! Auf aktive körperbetonte Teilnahme achten, heißt: mitsingen, mittanzen, bewegen; gemeinsames Erleben, vorlesen, sehen, das Erlebte mitteilen durch Malen, Nacherzählen oder Nachspielen.

Ein paar Beispiele dazu: Babylieder, Knireiter, Fingerspiele, Kinderreime, Geräuschebücher, Streichelbücher, Bilderbücher, Wimmelbücher, CDs mit Kinderliedern, Kinderversen, Geschichten, Märchen, Sachbüchern (z.B. „Das will ich wissen: Die Ritter“), Bastelbücher, Zieh-, Klapp- und Drehbücher, Radio WDR-KiRaKa / Bärenbude. Hör-Geschichten ... sind wie „Kino im Kopf“: fördern Fantasie, aktives Zuhören und die Konzentrationsfähigkeit, weiten Medienerfahrung über rein visuelle Medien aus. Hören kann eine sinnliche, individuelle und nachhaltige Erfahrung sein.

Auch digitale Medien bieten attraktive Inhalte für Kinder und gehören dazu. Immer dem Alter entsprechend ist gegen pädagogisch wertvolle digitale Inhalte nichts einzuwenden. Für digitale Medien gelten hier keine anderen Regeln als für die analogen Medien. So wie vor wenigen Jahren oder Jahrzehnten noch ist aktuell dennoch möglicherweise etwas mehr Klärung zur Altersfrage notwendig: Wann und in welchem Rahmen dürfen / sollen Kinder Smartphones oder Tablets nutzen? Wann sind sie alt genug, um zunehmend mehr eigenständige Entscheidungen zu treffen? Wo kann man sich informieren?

→ KIM-Studie 2016 / Kindheit, Internet, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 6–13-Jähriger in Deutschland

<http://www.mpfs.de/studien/kim-studie/2016/>

zu: Themeninteressen, Nutzungsdauer und Jugendschutzeinstellungen: S. 68 ff.

Jugendmedienschutz – Kennzeichen für digitale Spiele



Der gesetzliche Jugendmedienschutz

Die Kennzeichen der USK
(Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle)
(gemäß §14 JuSchG)



Besonderheit: Im Jugendmedienschutz gilt das Elternprivileg.

- Eltern können Ausnahmen zulassen.
- So dürfen Eltern selbst entscheiden, ob sie ihrem 8-jährigen Sohn ein Spiel zugänglich machen, welches von der USK erst ab 12 oder 16 Jahren freigegeben wurde.
- Für Erzieherinnen und Erzieher, Lehrerinnen und Lehrer gilt dieses Privileg nicht.

FAQ_4:

Wie wirken visuelle und digitale Medien bei Kleinkindern?

Ab wann „können“ Kinder fernsehen?

- Bis 2 Jahren hören Kinder mehr, als dass sie schauen.
- Kinder möchten Geschehen begreifen: Kinder berühren und erkunden den Bildschirm.
- Ab 2 Jahren: Dargestellte Figuren werden selektiv wahrgenommen und „berührt“.
- Handlungen der Figuren werden nachgeahmt: klatschen, bewegen, Hände ausstrecken.
- Obwohl Personen, Gegenstände oder Figuren auf dem Bildschirm sichtbar und zu hören sind, lassen die Kinder sich nicht berühren.
- Bilder auf dem Bildschirm werden bewusst wahrgenommen, bleiben für das Kleinkind aber widersprüchlich.

Wie nehmen Vorschulkinder Medien wahr?

- Einzelne Szenen werden wahrgenommen und aneinandergereiht (... und dann ... und dann ... und dann).
- Szenen sind gleichwertig: Ursache-Wirkung-Zusammenhänge und Handlungsmotive sind noch schwer vorstellbar.
- Klares Strukturierungsbedürfnis: gut / böse, bekannt / fremd ...
- Zeitsprünge und Rückblenden sind unverständlich; Realität und Fiktion sind nicht zu erkennen / schwer zu unterscheiden.

Wie reagieren Kinder auf Gewaltdarstellungen?

- Kinder nehmen Gewalt / Bedrohung anders als Erwachsene wahr. Die Differenzierung von Gewaltdarstellungen (Zeichentrick, Tagesschau, Spielfilm, Spiele) nimmt mit Alter und Schulbildung zu. Umweltkatastrophen, Überschwemmungen (z.B. mit toten Tieren) lösen Gefühle des Ausgeliefertseins, der Ohnmacht und Bedrohung aus. Unfallmeldungen in den Nachrichten werden von Kindern mit der eigenen Lebenswelt in Zusammenhang gebracht und können als problematisch erlebt werden.

Welche Fernsehsendungen sind für Kinder geeignet?

- Kinder müssen Bildschirm-Medien erst „lernen“. Sie brauchen altersgerechte Anknüpfungspunkte, „kleine Geschichten“, übersichtliche Handlung, kurze Einheiten, immer wieder auftretende Personen und Figuren.

→ Lesetipp: Eder, Sabine / Lauffer, Jürgen / Michaelis, Carola (Hg.): Bleiben Sie dran! Medienpädagogische Zusammenarbeit mit Eltern. Ein Handbuch für Pädagoginnen. GMK Schriften zur Medienpädagogik 27, Bielefeld 1999. // Der Titel von 1999 ist für grundsätzliche Argumente zum Themenfeld „Fernsehen und Familienleben“ weiterhin interessant und lesenswert und steht – da in Buchform vergriffen – durch die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) kostenlos als Download zur Verfügung: gmk-net.de/shop/media/products/0398998001178893527.pdf

FAQ_5:

Wie können Kinder digitale Medien sicher nutzen?

Für den sicheren und altersgemäßen Einstieg bzw. eine sichere Nutzung des Internets gelten die folgenden Empfehlungen:

- Das Internet bzw. bestimmte Seiten gemeinsam kennen lernen.
- Kindersuchmaschinen einrichten, zum Beispiel blinde-kuh.de, fragfinn.de oder helles-koepfchen.de. Zum Einrichten dieser Kindersuchmaschinen als Standard werden diese dann per Rechtsklick den voreingestellten Suchmaschinen des eigenen Browsers hinzugefügt.
- Sinnvolle Seiten für Kinder zunächst gemeinsam besuchen. Welche Themen interessieren das Kind außerdem? Spiele, Nachrichten oder Sport? Am besten sucht man gemeinsam die dazu passenden Seiten aus und markiert diese als Favoriten bzw. Lesezeichen. Eine kleine Auswahl: seitenstark.de, klick-tipps.net, kiraka.de / WDR-Kinderradio, Tierchenwelt.de, juki.de (Videos – auch selbst erstellen), internet-abc.de. Außerdem interessant: medien-knigge.de, surfschein, meko-kita-service.

Die Top100 unter den Kinderseiten liefert gute Anregungen für die Auswahl: www.klick-tipps.net/

- Aufgabe der Eltern: Wo findet die Internetnutzung statt? „Einen Blick“ auf die aktuelle Internetnutzung des Kindes haben.

- Sichere „Surfräume“ schaffen¹: über zeitliche Beschränkungen, Filtersoftware und geklärte bzw. gesperrte Inhalte.
- Informiert sein: www.surfen-ohne-risiko.net/sicherer-pc/

FAQ_6:

Wie lernen Kinder den Umgang mit Werbung?

Über Werbestrategien und Konsumverhalten darf gesprochen werden. Kinder können verstehen, was Werbung bewirken soll. Das Gefühl, sich nicht austricksen zu lassen, schlau zu sein und auch einem verlockenden Angebot zu widerstehen, macht sie stolz. Schließlich haben sie ihr neues Wissen richtig angewandt. Dazu brauchen sie Eltern bzw. Erwachsene, die bei Fragen und Beobachtungen zur Verfügung stehen, ggf. die Risiken kennen (zum Beispiel unerkannte In-App-Käufe) und wissen, wie man solche Funktionen ausstellen kann.

→ Der Elternratgeber „Kinder und Onlinewerbung“, herausgegeben von LfM und Bundesfamilienministerium, klärt über die Werbeformen im Internet auf, erläutert, welchen werblichen Ansprachen Kinder im Netz ausgesetzt sind und wie sie Datenspuren hinterlassen. Mit konkreten Antworten und Hilfen für Erziehende, um Kinder bei der Entwicklung ihrer Werbekompetenz im Internet zu unterstützen. Ergänzend zur Broschüre wird das Spiel angeboten: „Verflixte Werbeklicks – Ein Spiel für die ganze Familie zum Thema Internet und Werbung“ (ab 8 Jahren).

¹ Jugendschutzfilter ersetzen nicht Betreuung und Begleitung und funktionieren nur teilweise. Außerdem sind Jugendliche meist in der Lage, die Filter zu umgehen. Hier Informationen zu Inhalten und Produkten:

- „Jede technische Hilfestellung kann Medienerziehung nur unterstützen, nicht ersetzen“, heißt es auf der Website von Klicksafe (die viele Infos zum Thema für Pädagogen und Eltern, auch in verschiedenen Sprachen, bietet). Mehr zur Klicksafe-Diskussion um und Reichweite von Filtersoftware: www.klicksafe.de/jugendschutzfilter/#s|filtersoftware
- Weitere Möglichkeiten, sicher online zu gehen, bietet der eigene Browser (zum Beispiel via Benutzerkonten für das Kind etc.). Infos dazu hier: www.sicher-online-gehen.de/welche-weiteren-moeglichkeiten-gibt-es.html
- Sicheres Surfen auf geprüften Seiten: Mehr zu der FragFinn-Whitelist hier: www.fragfinn.de/kinderliste/eltern/whitelist.html
- Kostenlos zum Download bietet „schau-hin“ hier das Jugendschutzprogramm JusProg sowie Informationen zur Kinderschutzsoftware der Telekom (beide gehören zu den von der Kommission für Jugendmedienschutz / KJM anerkannten Jugendschutzfiltern): www.schau-hin.info/medien/internet/wissenswertes/kinder-internet.html

Mehr Informationen zum Thema Kinder und Onlinewerbung:

→ www.kinder-onlinewerbung.de

→ www.schau-hin.info/medien/mobile-geraete/sicherheit/sicherheit-android-phone.html

FAQ_7:

Was tun Kinder eigentlich im Internet?

Zwei Studien beantworten diese Frage regelmäßig und fortlaufend:

- a) KIM-Studie² 2014 / Kinder + Medien / Computer + Internet:
Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland (Herausgeber: Medien pädagogischer Forschungsverbund Südwest)
- b) Studie zur Mediennutzung und den Internettätigkeiten sowie zur Medienausstattung mit passabler Stichprobengröße: www.mpfs.de/studien/kim-studie/2016/

Hier mehr zu den bevorzugten Internettätigkeiten und den daraus folgenden Erziehungsaufgaben:

- **Einfach drauf los surfen.** Via Suchmaschine / Mit Suchmaschinen sind auch nicht kindgerechte Filme & Videos im Netz schnell auffindbar. Linktipp: Lernen, wie das Netz funktioniert: www.internet-abc.de
- **Spiele spielen**³. Kostenlos ist das nur auf den ersten Blick. Werbung führt in der Regel zu weiteren Websites oder setzt realistische Kaufanreize über Trackingverfahren und Nutzeranalysen.
→ Empfehlenswerte Seiten mit Spielempfehlungen und -angeboten: www.internet-abc.de; www.spielbar.de.

² KIM-Studien bilden seit 1999 das Medienverhalten von 6- bis 13-Jährigen ab. Im Zweijahresrhythmus werden ca. 1.200 Kinder und deren Eltern oder Erzieher/-innen zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. Themenschwerpunkte der KIM-Studie: Themeninteressen der Kinder, Medienbesitz, Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung, Medienbindung, Vorbilder und Idole, Fernsehen und Radionutzung, Bücher und Lesen, Nutzung von digitalen Spielen, Computer und Schule, Internettätigkeiten, Medien in der Familie.

³ Jugendschutz USK: Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle Altersfreigaben: weiß: Freigegeben ohne Altersbeschränkung / gelb: Freigegeben ab 6 Jahren / grün: Freigegeben ab 12 Jahren / blau: Freigegeben ab 16 Jahren / rot: Keine Jugendfreigabe

- **Chatten mit Freunden.** Beim Chatten geht es vor allem auch um Selbstdarstellung. Kinder müssen einüben, was persönliche Informationen überhaupt sind. Wer ist im Netz „unterwegs“? Welche Fragen können in einem Chat vorkommen – welche sind in Ordnung, welche nicht? Was könnten Regeln für Fotos sein, die über das Internet verschickt werden? Problematisch: Wie stelle ich mich dar? Was lade ich hoch und mit wem kommuniziere ich?
→ Kinder sensibilisieren und über Gefahren aufklären
Linktipp: www.seitenstark.de/chat/pepes-chat-regeln
- **Filme/ Videos schauen.** Alternative Möglichkeiten zum Selbermachen bieten u.a. diese beiden Online-Trickstudios: juki.de, www.trickino.de
- **Smart mobil sein.** Elternratgeber zu Handys, Apps und mobilen Netzen und den Sicherheitseinstellungen:
→ www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/smart-mobil-elternratgeber-handys-smartphones-mobile-netze/ Um das Smartphone oder Tablet kindersicherer zu machen, eignet sich neben den Sicherheitseinstellungen am Gerät auch die Nutzung von Jugendschutz-Apps.
→ SCHAU HIN! stellt hier einige wichtige und kostenlose Anwendungen vor:
www.schau-hin.info/medien/mobile-geraete/sicherheit/jugendschutz-apps.html

FAQ_8:**Was macht digitales Spielen so faszinierend?**

Gemeinsames Spielen / Seit es Computer- und Videospiele gibt, wird gemeinsam gespielt. Musste man sich anfangs für PC- oder Konsolenspiele vor einem Bildschirm versammeln und abwechselnd sein Können unter Beweis stellen, gibt es längst die unterschiedlichsten Möglichkeiten des Wettstreits und des kooperativen Spiels via Internet.

Attraktive Präsentationen / Die ersten Computerspiele bestanden aus Punkten, Strichen und Linien, die zweifarbig dargestellt wurden. Bis auf Pieptöne gab es keine akustischen Reize. Kein Wunder, dass man bei den einfachen Spielforderungen kaum süchtig werden konnte.

Digitale Interaktion / Romane und Spielfilme erzählen eine festgelegte Geschichte. Der Rezipient verbleibt dabei in einer eher passiven Rolle des Nachempfindens. Computerspiele sind interaktiv, jede eigene Handlung treibt die Handlung voran – vom Konsument zum Produzent. Das ist ein reizvolles Angebot.

Spieler zwischen Frust und Flow / Das Verständnis der Grundlagen ist das Fundament eines reizvollen Spielerlebnisses. Je nach Genre ist dabei Reaktionsschnelligkeit, logisches Denken oder Teamgeist gefragt. Die Anforderungen steigen dabei entsprechend der Fähigkeit des Spielers stetig an.

Quelle: www.spieleratgeber-nrw.de/Faszination.1645.de.html / in Zusammenarbeit mit Klicksafe. Unter dem angegebenen Link werden die vier Themenblöcke ausführlich erörtert.

C THEMENSPEICHER #familie (IDEEN; PILOTEN; LEUCHTTÜRME)

Werkstatt:

Digitale Medien kreativ nutzen ... Impulse für die Elternarbeit

(A) Ideen für angeleitete Mediennutzung im Bereich Fotografie;

(B) Spiele-Ideen;

(C) Eine LAN-Party für Eltern und Pädagogen/Pädagoginnen

(A)

Ideen für angeleitete Mediennutzung im Bereich Fotografie:

- Foto-Aufgaben: Wie sehe ich aus, wenn ich fröhlich, traurig, wütend bin? Lieblingshelden/ -heldin „nachmachen“, sich verkleiden; fotografieren mit verschiedenen Perspektiven; Fotos selber machen lassen; Fotos mit Kindern „bearbeiten“.
- alles fotografieren, was rund / eckig ist
- im Frühling: jeden Tag zur gleichen Zeit Blume fotografieren (Zeit begreifen)
- Fotostory (von Kindern Geschichte ausgedacht, Fotos mit Handykamera, Buch-Design und -Druck mit Unterstützung von pädagogischem Personal)
- Tagxedo.com aus eigenen Begriffen thematisch passende Grafiken gestalten (ohne urheberrechtliche Probleme)
- eigene Geschichten entwickeln (Rollenspiel), Audio! ... singen lassen / gemeinsam singen; ein Bilderbuch „vertonen“; ein Bilderbuch nacherzählen

Linktipps:

1. „Dalli-Klick“, das Ratespiel aus den 70er Jahren, steht im Internet in diversen Versionen als Freesoftware zur Verfügung (Internetsuchbegriff: tt-klick).
2. Bilderrätsel einfach erstellen, den Blick auf das Alltägliche schulen, Bildarbeiten mit einer Software: www.tagxedo.com/
3. www.rapidmosaic.com/
4. „Pivot“ Strichfiguren Animator: Mit der Freeware Pivot (im Internet als Freesoftware zu finden) kann man einen Kurzfilm mit Strichmännchen als Hauptfiguren „drehen“ (Prinzip Daumenkino: Viele einzelne Standbilder ergeben nach und nach einen animierten Film.).
5. Kurzfilm Variante: www.nido.de/artikel/kloetzchenfilme/
6. Mikro für Audioaufnahmen und Tonbearbeitungen:
verlage.westermanngruppe.de/diesterweg/artikel/978-3-425-72990-9/Easi-Speak-Mikrofon
7. QR-Codes erstellen (und damit schnell auf wichtige / witzige Inhalte lenken): www.goqr.me oder www.qrcode-monkey.de
8. Quizanwendungen, Themenrallyes, Führungen und Stadt- und Naturrundgänge zu vielfältigen Fragestellungen und Themen erstellen: Die BIPARCOURS-App ist ein Angebot von Bildungspartner NRW: biparcours.de/

(B)

Spiele-Ideen

- Thematisch passende Kreuzworträtsel oder Lückentexte erstellen mit www.hotpotatoes.de/ (freeware)
- Quiz: getkahoot.com
- Geocaching
 - Agent X pro → Android App zum digitalen Detektivspiel in der ganzen Stadt
 - www.cgeo.org
 - biparcours.de → digitale Schnitzeljagden selbst erstellen (nur in NRW)



Pädagogisch gute Spiele finden:

- Sin = Studio im Netz e.V. (www.sin-net.de) / München.
- Das „SIN – Studio im Netz“ ist eine seit 1996 bundesweit agierende medienpädagogische Facheinrichtung. Es konzentriert den Schwerpunkt seiner Aktivitäten auf den Bereich „Kinder, Jugendliche und digitale Medien“.
- SIN – Studio im Netz vergibt jährlich den Pädi – einen pädagogischen Interaktiv-Preis (Spiele U6).
- Feibel.de → Büro für Kindermedien / Journalist und Autor im Themenfeld digitale Medien, verleiht seit 1995 ein Gütesiegel für gute Kindersoftware: TOMMI-Preis. Erst erfolgt die Nominierung durch eine Jury aus Fachjournalisten, Pädagogen und Wissenschaftlern, dann entscheidet eine Kinderjury in Öffentlichen Bibliotheken alleine über die Preisträger. Prof. Stefan Aufenanger von der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz und seine Mitarbeiter am Institut für Erziehungswissenschaft in Kindertagesstätten prüfen Einreichungen für den Sonderpreis Kindergarten & Vorschule. Im letzten Jahr nahmen 3.600 Kinder am TOMMI teil. (Schirmherrschaft Bundesfamilienministerium)
- Gütesiegel „pädagogisch wertvoll“ (www.games-wertvoll.de) vom Spiele Einzelhandel (Kooperation, Kreativität, Bewegung, Wissen, für die Jüngsten)
- Spieleratgeber NRW: www.spieleratgeber-nrw.de
- Deutscher Computerspielpreis (inkl. Siegel für die Jüngsten): deutscher-computerspielpreis.de
- Österreich: BUPP bupp.at/ (→ Sichtweise nicht allein auf Schutzbedarf, sondern darauf, welche Spiele förderlich sind)

Linktipps → www.nethex.de/index.php/links.html

Interessante, kreative und unterstützende Websites für die medienpädagogische Arbeit gesucht? Auf seiner Homepage hat der Medienpädagoge und Referent der LAGen der Familienbildung NRW Johannes Wentzel bewährte Websites im Themenfeld Medienpädagogik nach verschiedenen Kategorien gelistet.

- Rechtliches
- Kreatives & Unterhaltsames
- Internet für Kinder
- Medienkompetenz trainieren
- Sicherheit im Netz



(C)

Eine LAN-Party für Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen

Der spielerische Themeneinstieg, für die Elternarbeit geeignet oder auch für das Team der Familienbildungsstätte

BEISPIEL: Ein Angebot der Bundeszentrale für politische Bildung

Wer über Computerspiele spricht, sie beurteilt oder sich (als Eltern) möglicherweise Sorgen über Sinn und Inhalte solcher Spiele und ihre Faszination macht, sollte sich auskennen, sich selbst ein Bild machen, auch den Reiz erkunden ... Die Eltern-Lan-Party bietet dazu Möglichkeit.

Diese Veranstaltung schlägt lt. Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) eine Brücke zwischen den Generationen und gibt Eltern wie Pädagogen Einblicke in jugendliche Medienwelten. Sie können selbst Computerspielerfahrungen sammeln, sich über Inhalte und Wirkungen virtueller Spielwelten informieren und austauschen. Eine LAN-Party läuft in der Regel ab wie folgt ab:

- Medienpädagogische Einführung
- Spielphase
- Austausch mit Medienpädagogen/-pädagoginnen und Computerspielern/-spielerinnen
- Pause
- Vortrag zum Thema „Exzessives Spielen“
- Pädagogische Nachbesprechung

Im Spiel werden erprobt: das Abenteuerspiel »Minecraft«, der Ego-Shooter »Call of Duty 4: Modern Warfare«, der Mehrspieler-Shooter »Counter-Strike: Global Offensive« und das action-orientierte Autorennspiel »TrackMania Nations Forever«.

→ Informationen und Buchungsmöglichkeiten: www.bpb.de/veranstaltungen/format/seminar-workshop/179405/eltern-lan-eine-lan-party-nur-fuer-eltern-und-paedagogen

D IMPULSE I / MEDIENERZIEHUNG IN DER FAMILIE

Medienerziehung in der Familie / Was Eltern sich wünschen und was Familienbildung leisten soll / Gisela Schubert, JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München

Durch den Einzug mobiler Medien in den Alltag vieler Familien wurde ein neuer Mediatisierungsschub offenkundig: Insbesondere die Verzahnung von Smartphones und Tablets mit Online-Zugängen und einer unüberschaubaren Anzahl an neuen Angeboten (z.B. Apps, Tools oder mobil anwendbare soziale Netzwerkdienste) birgt für die Förderung eines souveränen Umgangs mit Medien neue Herausforderungen. Eltern thematisieren einen hohen Bedarf an medienerzieherischer Information und Beratung und auch Fachkräfte aus unterschiedlichen pädagogischen Feldern müssen sich damit auseinandersetzen, den Medienumgang der Heranwachsenden und ihrer Familien in ihrer Arbeit zu berücksichtigen und einzubeziehen. Hier setzt die Studie „Mobile Medien in der Familie“⁴ an: Im Zentrum der Befragung standen die Haltungen von Eltern und Fachkräften gegenüber mobilen Medien und Internet, ihre Sorgen und Befürchtungen sowie ihr Bedarf an Unterstützung in diesem Themenkomplex. Für die Studie wurden im Jahr 2015 53 Eltern und 35 Fachkräfte aus Erziehungsberatung sowie (teil-)stationären Kinder- und Jugendhilfe-Einrichtungen interviewt.

⁴ Mofam-Studie - Mobile Medien in der Familie (50 Eltern wurden interviewt):
www.jff.de/jff/aktivitaeten/forschung/artikel/art/studienergebnisse-mobile-medien-in-der-familie-mofam
Kurzfassung: www.jff.de/jff/fileadmin/user_upload/Projekte_Material/mofam/JFF_MoFam_Kurzfassung.pdf

Die überwiegende Mehrheit der befragten Eltern hält mobile Medien für einen selbstverständlichen Bestandteil des Alltagslebens, an dem kein Weg vorbeiführt. Und sie sehen vor allem sich selbst gefordert, ihre Kinder zu einem souveränen Umgang mit diesen Medien zu erziehen. Während vor allem Mütter versuchen, durch ihr eigenes Mediennutzungsverhalten als Vorbild für ihre Kinder zu fungieren, sehen Väter auch Schulen und medienpädagogische Fachkräfte stärker in der Pflicht.

Sorgen und Befürchtungen der Eltern liegen auf zwei Ebenen. Zum einen haben sie eigene Erfahrungen und Schwierigkeiten im Familienalltag, sie berichten darüber hinaus aber auch von befürchteten Entwicklungen.

Eltern sind sich oft unsicher in ihrem medienerzieherischen Alltag, wenn es um mobile Medien geht. Das Thema Nutzungsdauer steht häufig an erster Stelle. Eltern äußern das Bedürfnis wissen zu wollen, was, wie lange und wofür ihre Kinder Medien nutzen. Dies sehen sie als Voraussetzung, um den Medienumgang ihrer Töchter und Söhne begleiten und ggf. eingreifen zu können. Bei mobilen Medien gestaltet sich dies jedoch deutlich schwieriger als bei stationären Geräten. Bewährte Regelungen, z. B. zeitliche Begrenzung, greifen oft nicht mehr. Technische Schutzvorkehrungen haben manche Eltern zwar auf den Geräten ihres Kindes installiert, sie stoßen jedoch mit Hinblick auf Technik und Handhabung immer wieder an Grenzen.

Bei der Regulierung, was den Umgang mit mobilen Medien angeht, sind Eltern von mehreren Kindern in unterschiedlichen Altern noch einmal in besonderer Weise gefordert. Sie stellen fest, dass sich Regeln bei den Älteren noch argumentieren und durchsetzen ließen, aber bei den Jüngeren nicht mehr sinnvoll sind. Gleichzeitig ist die Rolle von Geschwistern ambivalent: Ältere Geschwister können beim Umgang mit den Geräten unterstützen oder als Expertinnen und Experten Empfehlungen geben. Es kann aber auch problematisch werden, wenn die Jüngeren durch große Brüder und Schwestern mit Medieninhalten in Kontakt kommen, die Eltern nicht erlauben würden. Gerade mit dem Schulübertritt gewinnen mobile Medien mit Blick auf die Kommunikationsmöglichkeiten eine große Bedeutung. Hier sehen Eltern eine Gefahr darin, dass sich Konflikte zwischen Heranwachsenden in soziale Netzwerke verlagern und so zu Mobbing und Ausgrenzung führen.

Neben solchen akuten Schwierigkeiten formulieren insbesondere die Eltern von jüngeren Kindern Befürchtungen, die sie aufgrund von Gesprächen mit anderen Eltern oder aufgrund von Medienberichten auf sich zukommen sehen. Sie stellen sich die Frage, wie lange sie für ihr Kind eine Vorbildfunktion für die Nutzung mobiler Medien einnehmen können, sie äußern ihre Sorge mit Blick auf das Ablenkungspotenzial mobiler Geräte und damit zusammenhängend negative Folgen für schulische Leistungen. Und nicht zuletzt beschäftigt Eltern das Thema Abhängigkeit und Vereinsamung bei exzessiver Nutzung.

Perspektive der Fachkräfte

Die interviewten Fachkräfte zeigen in Bezug auf ihre persönliche Haltung und ihren Umgang mit Medien ein hohes Reflexionsniveau. Die Mehrheit ist sehr offen und interessiert gegenüber mobilen Medien bzw. daran, was das Faszinierende für Heranwachsende ist. Gleichzeitig haben sie eine kritische Sicht auf Medien und viele bescheinigen sich, wenig medienaffin zu sein.

Zu den häufig formulierten Erfahrungen von Fachkräften gehört, dass es für viele Eltern alltäglich ist, ihrem kleinen Kind ein Smartphone oder Tablet zum Spielen zu geben – in der Funktion eines Babysitters oder als Beruhigungsmittel. Dabei sehen sie die Gefahr, dass Eltern die Feinfühligkeit für die Wahrnehmung der Bedürfnisse ihres Kindes verloren geht. Zugrunde liegt die Beobachtung, dass Eltern oft keinen problemorientierten Blick auf die Nutzung mobiler Medien ihrer kleinen Kinder haben und ihr eigener Umgang mit mobilen Medien vielfach intensiv und unkritisch ist. In den Diskussionsbeiträgen der Fachkräfte wurde deutlich, dass viele Eltern nicht wahrnehmen, welchen Anteil sie am Nutzungsverhalten ihres Kindes und an der Dynamik im Familienalltag haben. Sie sehen sich nicht als Vorbild oder messen ihrem eigenen Verhalten keine Bedeutung zu. Dann entzünden sich Konflikte, z.B. wenn Kinder das uneingeschränkte und unbegrenzte Nutzungsverhalten ihrer Eltern erleben und Gleiches für sich einfordern.

Unterstützung für Medienerziehung – Bedarfe aus Sicht der Eltern

Eltern stehen vor dem Problem, die Balance zwischen Vertrauen in den verantwortungsbewussten Umgang mit mobilen Medien ihres Kindes und der Kontrolle des Medienumgangs zu finden. Dafür wünschen sie sich Unterstützung von verschiedenen Seiten.

- Von der Schule: eine aktive Auseinandersetzung mit mobilen Medien, innovative Ideen zur Beförderung eines souveränen Medienumgangs statt Kontrolle und Verbote, aber auch: klare und sinnvolle Regeln, die sie selbst in ihrer Medienerziehung unterstützen.
- Von Expertinnen und Experten: eine klare, kritische Positionierung, die Darstellung und Erläuterung von Zusammenhängen sowie alltagstaugliche Anregungen und Hinweise, z.B. zu Sicherheitsprogrammen für mobile Geräte.
- Info-Materialien, die gut aufbereitet sind, einen schnellen Überblick liefern und anschauliche Beispiele beinhalten, in denen sie ihnen bekannte Familiensituationen wiedererkennen.

Elternbedarfe aus Sicht der Fachkräfte

Fachkräfte sehen Bedarfe der Eltern in drei unterschiedlichen Feldern.

- Viele Eltern haben unabhängig vom Bildungshintergrund nur wenig Wissen über die kognitive Entwicklung von Kindern.
- Im (medien-)erzieherischen Handeln haben Eltern viele Unsicherheiten. Aus Sicht der Fachkräfte benötigen Eltern klare Empfehlungen, die sie auch zur Argumentation gegenüber ihrem Kind heranziehen können.
- Eltern fehlt es an medienspezifischem Wissen, z.B. bezüglich Medienentwicklungen, sowie dahingehend, welches Potenzial oder welche Risiken damit einhergehen.

Ansatzpunkte aus Sicht der Fachkräfte sind Beratungsformate, die komplexe und multiproblematische familiäre Situationen berücksichtigen. Dafür braucht es Beratende, die medienkompetent und über aktuelle Entwicklungen informiert sind. Daneben halten Fachkräfte interaktive Veranstaltungsformate für ertragreich. Mit Schulen als Kooperationspartnern könnte auch die medienerzieherische Zusammenarbeit zwischen Bildungsinstitution und Familie gestärkt werden. Es bleibt jedoch die Herausforderung, Eltern zur Teilnahme zu motivieren. Für die Fachkräfte kristallisiert sich eine weitere Maßnahme als Erfolg versprechend heraus: die Stärkung der Solidarität zwischen Eltern. Gerade weil sich Eltern häufig als Einzelkämpfer erleben, kann es ein guter Weg sein, wenn sie sich über ihre Haltungen und Regeln zum Medienumgang austauschen.

Bedarf der Fachkräfte

Fachkräfte sehen sich vielfach als nicht kompetent genug in diesem Themenkomplex. Sie können ihren professionellen Beratungsansprüchen nicht gerecht werden und wünschen sich mehr Möglichkeiten der zertifizierten Weiterbildung, die persönliche Arbeitsbedingungen berücksichtigt. Für ihre Einrichtungen wünschen sie sich verständliche und geprüfte Materialien, die sie für die eigene Argumentation verwenden und auch Eltern zur Verfügung stellen können. Die größte Herausforderung besteht für Fachkräfte jedoch darin, mit den medialen Entwicklungen Schritt zu halten. Um kompetent beraten zu können und erworbene Expertise zu behalten, ist auch persönliches Interesse an neuen medialen Angeboten notwendig. Fachkräfte, die auf dem Laufenden bleiben wollen, müssen sich selbstständig informieren und mit Chancen und Risiken auseinandersetzen.

Schlussfolgerungen

Das Ziel medienpädagogischer Arbeit mit mobilen Medien ist es, Kinder zu befähigen, Medien zu ihren eigenen Zwecken in einem ihrem Alter und Entwicklungsstand entsprechenden Maß zu nutzen und dabei eigenverantwortlich und selbstbestimmt vorzugehen. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass von Eltern und Fachkräften häufig Sorgen und Ängste in Bezug auf den Medienumgang Heranwachsender formuliert werden.

Medienerziehung in der Familie muss so früh wie möglich ansetzen. Um Eltern zu entlasten, erscheint es günstig, Betreuungseinrichtungen miteinzubeziehen. Drei Punkte sind bei der medienpädagogischen Unterstützung von Eltern und Fachkräften zentral.

- Sensibilisierung und Anregung von Reflexion in Bezug auf den eigenen Medienumgang und die Vorbildfunktion sowie Sensibilisierung und Verständnis für die Bedürfnisse und Motive von Kindern beim Medienumgang.
- Vermittlung von Wissen über Medien, um die Medienerziehung von Kindern der jeweiligen Entwicklung angemessen und mit einem Auge für Potentiale, aber auch für Gefahren und Risiken gestalten zu können.
- Konkrete Handlungsanregungen, die es Eltern ermöglichen, medienerzieherische Belange in ihren Erziehungsalltag zu integrieren.

Medienerzieherische Probleme sind häufig eng mit Familienkonflikten verwoben. Der Erziehungsberatung und Familienhilfe durch Fachkräfte mit medienerzieherischem Wissen kommt daher eine außerordentlich wichtige Bedeutung zu.

→ Wagner, Ulrike / Eggert, Susanne / Schubert, Gisela (2016): MoFam – Mobile Medien in der Familie. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Online verfügbar: www.jff.de/studie_mofam

D IMPULSE II / ZWISCHEN VIEL UND ZU VIEL. WIE AUS BEGEISTERUNG SUCHT WIRD

Wie viel Internet und Gaming ist zu viel?

Fragen zur Psychologie der Internetsucht beantwortet von Prof. Dr. Matthias Brand, Leiter des Fachgebiets Allgemeine Psychologie: Kognition und des Centers for Behavioral Addiction Research (CeBAR) / Universität Duisburg-Essen

?? Internetsucht – eine Störung oder eine Krankheit

Kontrollverlust über die eigene Internetnutzung ist ein sehr junges Phänomen, von Kimberly Young 1996 erstmals beschrieben. Damals wurde das als Modeeffekt belächelt. Heute wird das anders gesehen, obwohl die Internetsucht noch keine anerkannte psychische Störung ist. Was die Erkrankungswahrscheinlichkeit angeht, gehen die Schätzungen weit auseinander: von 1,5% (dt. 2011 / PINTA-Studie von Hans-Jürgen Rumpf) bis hin zu 20,7% in manchen asiatischen Ländern. Für die großen Schwankungen gibt es vor allem diesen Grund: Bisher fehlen einheitliche Diagnosekriterien und folgerichtig gibt es auch keine allgemein akzeptierten Diagnostikinstrumente.

Dennoch kann man eine Zunahme der Problematik erkennen, insbesondere bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Bei den 9–20-Jährigen weisen 3–4% eine Suchtproblematik auf, Mädchen und junge Männer / Jungen gleichauf. Es besteht entsprechend dringender Handlungsbedarf für Diagnostik und Therapie, ebenso wie für die Präventionsarbeit.

?? Was ist charakteristisch für diese Sucht

Die reine tägliche Nutzungszeit ist nicht alleinig entscheidend für die Diagnose Internetsucht. Wichtiger sind der Kontrollverlust und die damit einhergehenden Probleme im Zeitmanagement sowie das Verlangen (Craving) und die sozialen Probleme, die sich aus der problematischen Nutzung ergeben. Am Beispiel von Internet-Gaming lassen sich die drei Hauptsymptomgruppen einer Internetsucht so beschreiben:

- Die Internetnutzung (das Internet-Spiel) bestimmt das Denken und Handeln: Das Spielen ist die Hauptbeschäftigung und immer präsent. Es entsteht ein starkes Verlangen zu spielen, wenn gerade nicht gespielt werden kann, und das Spielen wird allen anderen Aktivitäten gegenüber bevorzugt.
- Kontrollverlust oder reduzierte Kontrolle über das Verhalten ist erkennbar: Es wird länger als beabsichtigt gespielt. Man schafft es nicht, weniger zu spielen oder den eigenen Konsum einzuschränken.
- Das unkontrollierte Verhalten wird fortgesetzt, trotz des Erlebens negativer Folgen dieses Verhaltens, z.B. im schulischen / beruflichen Kontext und in Form von Problemen mit Angehörigen und Freunden.

?? Wo liegen die Ursachen für die Entstehung dieser Sucht

Es gibt Zusammenhänge zwischen Depression und sozialer Ängstlichkeit und den Symptomen einer Internetsucht. Hinzu kommen so genannte prädisponierende Faktoren wie Persönlichkeit, frühe Kindheitserfahrungen, Bindungsstile und auch eine genetische Komponente. Solche Faktoren machen vulnerabel für die Ausbildung einer psychischen Störung.

Doch das allein reicht nicht aus, um zu erklären, warum jemand eine spezifische Internetsucht ausbildet. Wir gehen davon aus, dass hier die Interaktion zwischen dem Kind / dem/der Jugendlichen und dem Gebrauch des Mediums entscheidend ist. Die Annahme ist, dass das Internet oder das Spielen im Netz in einer Stresssituation als Belohnung erfahren wird: Man kommt z.B. gut voran, fühlt sich gut, gelangt schnell ins nächste Level, entwickelt seinen Avatar und fühlt sich dadurch leistungsstark und mächtig. Das alles sind Belohnungsgefühle, die – so die Annahme – dazu führen, dass sich der Gedanke ausbildet, das Internet sei geeignet, um mit negativen Gefühlen umzugehen bzw. besonders positive Gefühlszustände herbeizuführen.

?? Wie wird dann aus der Viel-Nutzung ein Suchtproblem

Die Erwartung von Belohnung und das Erleben von Belohnung durch die Internetnutzung werden gelernt und verfestigen sich als Nutzungsmuster, in einer Spirale von sich selbst verstärkenden Prozessen. Daraus wird eine relativ automatische Hinwendung zu den Spielen oder Applikationen, auch wenn negative Konsequenzen erkennbar werden, wie etwa Stress in der Schule oder Familie.

Das ist im Suchtprozess, wie z.B. bei Alkoholabhängigkeit, der Shift von der willentlichen Einnahme einer Substanz hin zu einem Verlangen, das im Verlauf des Suchtprozesses zunimmt. Der Aufforderungscharakter des Internet-Spiels oder anderer Applikationen, wie Internet-Pornografie oder Internet-Kommunikation, und die Belohnungsantizipation werden so stark, dass willentliche Handlungssteuerung und Kontrolle abnehmen. Das Spiel wird zur Hauptbeschäftigung und bestimmt das Denken und Handeln. Die Nutzung wird trotz negativer Konsequenzen fortgesetzt und Nicht-Nutzung führt zu subjektiven Mangelerscheinungen.

?? Was bedeutet in diesem Zusammenhang Selbstregulationsfähigkeit ...

Medienkompetenz umfasst neben der technischen Expertise von Produktion und Nutzung deutlich mehr. Bei der Internetnutzung muss auch die Kompetenz zur Selbstregulation gelernt werden. Die rein technische Expertise ist sonst sogar ein Risikofaktor. Man muss also lernen, die eigene Nutzung nicht nur zu reflektieren, sondern auch selbstbestimmt zu regulieren und darüber nachzudenken: Ist es jetzt wichtig, dass ich noch weiterspiele? Ist das in Ordnung, wie viel Zeit ich mit Spielen verbringe? Welche Alternativen habe ich? Sich selbst zu beobachten, vielleicht auch mal Medienabstinenz zu erproben und darauf zu achten, dass andere Aktivitäten nicht zu kurz kommen – das alles umfasst Selbstregulationskompetenz.

... und wie kann sie gelernt werden?

Damit Selbstregulation gefördert wird, sollten zunächst in der Familie Regeln für den Mediengebrauch aufgestellt und eingehalten werden. In der Familie muss die Abstimmung darüber stattfinden, in welchen Situationen Mediennutzung in Ordnung ist und in welchen nicht, zum Beispiel: „Beim gemeinsamen Abendessen werden Smartphone und Fernseher ausgeschaltet“. Das muss natürlich für alle gelten. Denn für Kinder ist wichtig zu erkennen, dass sich auch die Eltern selbstregulieren können. Das Spiel mit dem

Kind sollte also nicht unterbrochen werden, sobald eine Whatsapp-Nachricht reinkommt. Eltern haben hier eine Vorbildfunktion. Dem Lernen am Modell entsprechend erfährt das Kind, wenn die Eltern während des Spielens mit dem Kind ihr Smartphone nutzen, dass es normal ist, in jeder Situation Medien parallel zu nutzen. Mit älteren Kindern bzw. Jugendlichen sollte das Gespräch gefunden werden. Es sollte über die Bedeutung von Medien – auch im Verhältnis zu anderen Aktivitäten – gemeinsam reflektiert werden. Und es sollten gemeinsam Medienabstinenzzeiten erprobt werden, auch um zu erleben, welche anderen Aktivitäten wichtig sind und Freude bereiten können.

Bei den Bildungsangeboten für Eltern empfehle ich, auf diese Metaebene zu gehen und die Zusammenhänge zu klären. Damit Eltern im Kontakt mit ihren Kindern handeln können, müssen sie außerdem verstehen, worin die Attraktivität des Internets für ihre Kinder und Jugendlichen besteht. Denn da wird häufig mit zweierlei Maß gemessen. Oft verstehen Eltern den Reiz des Spielens im Netz nicht, finden es aber vollkommen in Ordnung, ständig Whatsapp-Nachrichten zu lesen und zu beantworten. Sie müssen ihre eigene Mediennutzung kritisch reflektieren und hinterfragen, wie viel Medien sie selbst benötigen, damit sie den Reiz für die Kinder verstehen und sich auf gemeinsame Regeln einlassen können.

E KNOW-HOW (MEDIENPÄDAGOGIK)

Mediennutzung

- Empfehlungen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
www.bzga.de/botmed_20281000.html (Broschüre „Gut Hinsehen und Zuhören!“ kostenlos online bestellbar)
- www.schau-hin.info
(Kooperationsverbund aus Bundesfamilienministerium, ÖRR / Das Erste und ZDF / Programmzeitschrift TV SPIELFILM, bietet seit 2003 Tipps und Empfehlungen, um Kinder im Umgang mit Medien zu stärken.) darin:
 - [Medienstundenplan](#)
- Vorlage zum Download: www.schau-hin.info/fileadmin/content/downloadcenter/Medienstundenplan/ISH-W-014_Neuaufgabe_Medienstundenplan_150812.pdf
 - [Mediennutzungsvertrag](#)
- www.mediennutzungsvertrag.de/

Medienpädagogisches Arbeiten mit Eltern

Interessante, kreative und unterstützende Websites für die medienpädagogische Arbeit hat der Medienpädagoge Johannes Wentzel zusammengestellt:

- www.nethex.de/index.php/links.html
- Eder, Sabine / Lauffer, Jürgen / Michaelis, Carola (Hg.): Bleiben Sie dran! Medienpädagogische Zusammenarbeit mit Eltern. Ein Handbuch für Pädagoginnen. GMK Schriften zur Medienpädagogik 27, Bielefeld 1999 (weiterhin lesenswert!).
Download unter: gmk-net.de/shop/media/products/0398998001178893527.pdf
- Werkstattbuch Medienerziehung / Zusammenarbeit mit Eltern - in Theorie und Praxis Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.)
www.gmk-net.de/fileadmin/pdf/Materialien-Artikel/werkstattbuch2016.pdf
- Anregung statt Aufregung / Neue Wege zur Förderung von Medienkompetenz in Familien
www.gmk-net.de/fileadmin/pdf/anregung_statt_aufregung.pdf

Digitale Medien sicher nutzen

Kindersuchmaschinen (Auswahl)

→ blinde-kuh.de, fragfinn.de; helles-koepfchen.de

Kinderseiten im Netz (Auswahl)

→ seitenstark.de, klick-tipps.net, kiraka.de / WDR-Kinderradio, Tierchenwelt.de, juki.de,

Medienkompetenz stärken

→ internet-abc.de, medien-knigge.de, surfschein.de, meko-kita-service.de.

Jugendschutz / Filter und technische Möglichkeiten

- Informiert sein: www.surfen-ohne-risiko.net/sicherer-pc/
- Infos zum Thema für Pädagogen und Eltern:
→ www.schau-hin.info/medien/internet/wissenswertes/kinder-internet.html
- www.sicher-online-gehen.de/welche-weiteren-moeglichkeiten-gibt-es.html
- Sicheres Surfen auf geprüften Seiten / die FragFinn-Whitelist: www.fragfinn.de/kinderliste/eltern/whitelist.html
- Jugendschutzprogramm JusProg und Informationen zur Kinderschutzsoftware der Telekom (beide gehören zu den von der Kommission für Jugendmedienschutz / KJM anerkannten Jugendschutzfiltern): www.schau-hin.info/medien/internet/sicherheit/jugendschutzfilter.html

Kinder und Onlinewerbung

→ www.kinder-onlinewerbung.de

→ www.schau-hin.info/medien/mobile-geraete/sicherheit/sicherheit-android-phone.html

Kinder und Internet / Studien

→ zu Mediennutzung und Internetaktivitäten: www.mpfs.de/studien/kim-studie/2016/

digitale Spiele / Gaming

→ www.spieleratgeber-nrw.de/Faszination.1645.de.html / (in Zusammenarbeit mit Klicksafe)

WERKSTATT: digitale Medien

Ideen zum kreativen Arbeiten mit Foto und Video:

- „Dalli-Klick“, das Ratespiel aus den 70er Jahren, als Freesoftware (Suchstichwort: tt-klick)
- Bilderrätsel einfach: www.tagxedo.com/ www.rapidmosaic.com/
- „Pivot“ Strichfiguren Animator: Prinzip Daumenkino / viele einzelne Standbilder ergeben einen animierten Film. Kurzfilm zweite Variante: itunes.apple.com/de/app/lego-movie-maker/id516001587?mt=8. Kurzfilm dritte Variante: www.nido.de/artikel/kloetzchenfilme/
- Mikro für Audioaufnahmen und Tonbearbeitungen: verlage.westermanngruppe.de/diesterweg/artikel/978-3-425-72990-9/Easi-Speak-Mikrofon
- QR-Codes erstellen: www.goqr.me oder www.qrcode-monkey.de
- Quizanwendungen, Themenrallyes, Führungen und Stadt- und Naturrundgänge: Die BIPAR-COURS-App ist ein Angebot von Bildungspartner NRW: biparcours.de/

Spiel / Ideen

- Kreuzworträtsel oder Lückentexte erstellen: www.hotpotatoes.de/ (freeware)
- Quiz: getkahoot.com
- Geocaching
 - Agent X pro → Android App zum digitalen Detektivspiel in der ganzen Stadt
 - z.B. www.cgeo.org
 - biparcours.de → digitale Schnitzeljagden selbst erstellen (nur in NRW)

Pädagogisch gute Spiele finden

- Sin = Studio im Netz e.V. (www.sin-net.de) / München
- Feibel.de → Büro für Kindermedien /vergibt den TOMMI-Preis (Schirmherrschaft Bundesfamilienministerium)
- www.spieleratgeber-nrw.de
- deutscher-computerspielpreis.de
- aus Österreich: BUPP bupp.at/

Eine LAN-Party für Eltern

→ Informationen und Buchungsmöglichkeiten: www.bpb.de/veranstaltungen/format/seminar-workshop/179405/eltern-lan-eine-lan-party-nur-fuer-eltern-und-paedagogen

Mofam-Studie – Mobile Medien in der Familie www.jff.de/studie_mofam

5_Service

Impressum

Die Broschüre entstand im Rahmen des Innovationsprojektes
Familienbildung in NRW – #familie – Medien als Mitgestalter des Familienalltags
der Landesarbeitsgemeinschaften der Familienbildung in NRW.

Sie ist eine gemeinsame Veröffentlichung der:

- Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Familienbildung Westfalen und Lippe
- Landesarbeitsgemeinschaft Evangelischer Familienbildungsstätten und -werke im Rheinland
- Kommunalen Familienbildung NRW
- DRK-Landesarbeitsgemeinschaft Familienbildung NRW
- Landesarbeitsgemeinschaft für katholische Erwachsenen- und Familienbildung in NRW e.V.
- Landesarbeitsgemeinschaft der Familienbildungsstätten im Paritätischen NRW
- Landesarbeitsgemeinschaft Familien- und Weiterbildung der Arbeiterwohlfahrt in NRW

Steuerungsgruppe des Innovationsprojekts

Bärbel Gebert
Paritätische Akademie NRW – Familienbildung
– Projektleitung –

Vera Alice Schulze
Paritätische Akademie NRW
– Projektkoordination –

Heike Trottenberg
DRK-Landesarbeitsgemeinschaft Familienbildung NRW

Dieter Heinrich
Landesarbeitsgemeinschaft Familien- und Weiterbildung der Arbeiterwohlfahrt in Nordrhein-Westfalen

Gisela Mühlenberg
Kommunale Familienbildung NRW

Curt Schulz
Landesarbeitsgemeinschaft Evangelischer Familienbildungsstätten und -werke im Rheinland

Corinna Sühlsen
Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Familienbildung Westfalen und Lippe

Tanja Steinfurt-Lecke
Landesarbeitsgemeinschaft für katholische Erwachsenen- und Familienbildung in NRW e.V.

Hans-Werner Uchner
Landesarbeitsgemeinschaft der Familienbildungsstätten im Paritätischen NRW

Weitere Mitwirkende

Mechthild Appelhoff und Christina Rhode, Landesanstalt für Medien NRW; Ralph Müller, Goethe-Universität Frankfurt; Prof. Dr. Gudrun Marci-Boehncke, Technische Universität Dortmund; Karen Blümcke, PERSPEKTIVwechsel; Eva Rakow und Philipp Wrobel, Hedwig Dornbusch-Schule e.V.; Jona Hölderle, Pluralog; Johannes Wentzel, nethex; Gisela Schubert, JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis; Prof. Dr. Matthias Brand, Universität Duisburg-Essen

Mitarbeit in den Arbeitsgruppen

Andreas Kühn, Angelika Brings, Anita Grupp, Annika Grabendörfer, Barbara Franz, Bärbel Gebert, Beatrix Fendrich, Berko van Boxmer, Bettina Wolbring, Birgit Klein-Hoberg, Brigitte Schultheiß, Carina Theis, Christina Krämer, Christine Herrmann, Claudia Wiese-Kreie, Corinna Sühlsen, Curt Schulz, Daniela Thiebes, Dennis Kaiser, Dieter Heinrich, Doris Bremm, Dorte Steinbach, Dunja Kutzschbach, Edgar Kirchhoff, Elmar Faber, Emelie Wiebke Neubauer, Eva Rakow, Friederike Sampf, Gabi Hallwass-Moussalli, Gabriele Mielzarek, Gisela Mühlenberg, Hans-Werner Uchner, Hedwig Bussmann, Heike Burgardt, Heike Trottenberg, Jasmin Leeder, Julia Busch, Karin vom Kothen, Katja Waselowsky, Katrin Voigt, Kirsten Lommen, Lisa Müller-Arnold, Maike Großmann, Manuel Becker, Marcel Fischell, Marcel Kessel, Dr. Martin Florichs, Martina Deutsch, Martina Kleinpeter, Mechthild Haßmann, Melanie Elmo, Nadine Quabach, Nathalie Jacke, Nina Wienkamp, Petra Jahr, Philipp Wrobel, Rosita Mikolasch, Rüdiger Frings, Sabine Steiniger-Bollmann, Sandra Fritz, Silvia Birghan, Silvia Schlawe, Stefanie Fossil, Susanne Hofmann, Tabea Dölker, Tanja Steinfert-Lecke, Thomas Bentgens, Vera Alice Schulze, Viola Meissner

Herausgeber

Die Landesarbeitsgemeinschaften der Familienbildung in NRW
Paritätische Akademie LV NRW e.V.
Loher Str. 7, 42283 Wuppertal
Tel.: 0202 2822-220
E-Mail: bildung@paritaet-nrw.org

Redaktion

Katrin Sanders, Heike Trottenberg, Bärbel Gebert, Vera Alice Schulze

Leitfadenkonzept und redaktionelle Bearbeitung

Katrin Sanders / www.kabine1.com

Konzeption und Gestaltung

Katja Lotze / designlotsen.de

Bilder

Rawpixel / Fotolia.de
mark.f / Fotolia.de
Anna Frajtova / Fotolia.de
Julia Tim / Fotolia.de
Landesanstalt für Medien NRW
Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW | Susanne Kurz

www.familienbildung-in-nrw.de

Dieses Projekt wurde gefördert vom Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen

Ministerium für Kinder, Familie,
Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



März 2017